# متلازمة تيك توك






**إدارة التوزيع**

00201150636428

**لمراسلة الدار:**

email:P.bookjuice@yahoo.com

Web-site: www.aseeralkotb.com

- الطبعة الأولى: يناير / 2024م
- رقم الإيداع: 28086 / 2023م
- الترقيم الدولي: 978-977-992-367-3

- العنوان: متلازمة تيك توك
- تدقيق لغوي: محمد عبد العال
- تنسيق داخلي: معتز حسنين علي

**الآراء الواردة في هذا الكتاب تُعبر عن وجهة نظر الكاتب ولا تُعبر بالضرورة عن وجهة نظر الدار**









# المحتويات



# إهداء

*إلى أهل غزّة..*

*الذين أيقظونا من غفلتنا..*

*وأرونا الأشياء على حقيقتها..*

في أثناء كتابة هذا الكتاب، أعلن إيلون ماسك، مدير منصة X (تويتر سابقًا)، في سبتمبر 2023م، على حسابه الشخصي في المنصَّة أنه بإمكان مستخدمي تويتر الآن أن يسحبوا بأصابعهم إلى الأعلى في أثناء مشاهدتهم لإحدى مقاطع الفيديو على التطبيق ليظهر لهم مقاطع فيديو أخرى مقترحة من المنصَّة.

فورًا ردَّ عليه أحد المستخدمين: «لم نطلب من تويتر أن تكون تيك توك».

***

«عندما نتحدَّث عن تيك توك، فنحن لا نتحدَّث عن تطبيق للرقص. نحن نتحدَّث عن منصَّة تشكِّل كيف يتعلَّم جيل كامل إدراك العالم».

**أبي ريتشاردز، باحثة أمريكية[1].**

(1) Drew Harwell, How TikTok Ate the Internet. The Washington Post


HTTPS://T.ME/MKTBTARAB


الـزين
مقدّمة:
تطبيق متعدّد الأبعاد



HTTPS://T.ME/MKTBTARAB

في عام 2015 كانت الفتاة الأمريكية Ariel ذات الأعوام الأربعة عشر مستلقية على أريكة منزل جدّها تعاني الملل الذي يصيب أي مراهق جرّاء جلسته في المنزل وحده دون أصدقاء، إذ إن بيت أبيها قد تعرّض لمشكلة في شبكة المياه وأغرقت المياه أرضية المنزل فاضطرّت إلى الذهاب للمبيت عند جدّها إلى حين الانتهاء من إصلاح شبكة المياه في منزلها.

في خلال جلستها في بيت جدّها، وفي أثناء تصفُّحها للإنترنت من دون هدف، قرّرت Ariel تحميل تطبيق Musical.ly على هاتفها، وهذا التطبيق هو نفسه الذي تطوّر لاحقًا إلى تيك توك، فقد كانت صديقاتها في مدرستها يحمّلن التطبيق ويمارسن بعض الغناء والرقص عليه، ولم تُرِد Ariel أن تشعر بالاغتراب عن زميلاتها.

لذا فمن باب كسر الملل وتقضية الوقت، قرّرت الفتاة إنشاء حساب باسم Baby على التطبيق، ثمّ شرعت في تصوير أول مقطع لها وهي تحاكي إحدى الأغاني بشفاهها دون إصدار صوت بينما تعمل الأغنية الأصلية في خلفية الفيديو، فيما يسمى بالـ Lip-Syncing.

رفعت الفتاة مقطعها على المنصّة، وفورًا أعجبتها التجربة، فاستمرَّت على هذا المنوال لبضعة أسابيع: ترى أغنية مشهورة تظهر كتريند ثمّ تحاكي شفاهها وتنشر المقطع على حسابها. ورغم التزامها برفع مقاطعها كل يوم، فإنها لم تستطع حيازة أكثر من 80 متابعًا في خلال هذه الأسابيع.

لكن في إحدى الليالي العادية، فوجئت Ariel بأن أحد مقاطعها انتشر بسرعة هائلة، وتجاوز حدود زميلاتها ومتابعيها ومدرستها بل ودولتها، وصار تريندًا في عالم التطبيق كله، فتدفّقت أرقام المتابعين من كل حدبٍ وصوب على حسابها بلا توقُّف، ونالت الفتاة شهرة فائقة بين عشية وضحاها، شهرة دفعتها في أقل من سنة واحدة إلى التربُّع على عرش قائمة الحسابات ذات أكثر عدد من المتابعين في التطبيق.

وفي غضون عام واحد، أي في عام 2016، بلغ متابعو حساب الفتاة 10 مليون مستخدم، ثمَّ وصلت شهرتها في عام 2017 إلى مجلة Forbes التي صنّفتها كواحدة من أكثر المؤثِّرين إلهامًا للشباب، كما صنّفتها مجلة Time ذات التصنيف.

وبعد ذلك، في قمّة نجاحها الرقمي، تحديدًا في 2018، أصدرت الفتاة كتابها الذي يوثّق رحلة حياتها «الملهمة»، وقد كتبته وهي لم تتجاوز 17 عامًا بعد، كما ظلت الفتاة على قائمة أكثر 10 حسابات تُتابَع على تيك توك حتّى عام 2020[1]، ثمّ بدأت في التعاون والظهور

(1) Baby Ariel, Dreaming Out Loud. New York: HarperCollins, 2018.

مع شركة Disney وغيرها من شركات الإنتاج العملاقة، ولا تزال شهرتها ذائعة الصيت حتَّى يومنا هذا.

لكن ما هو سِرُّ نجاحها الحقيقي؟ هل هناك وصفة سرِّيَّة ما يمكن لأي شخص أن يتبعها من أجل نيل هذه الشهرة السريعة؟ تصف Baby Ariel قصة مشوارها الفنِّي في كتابها «الحلم بصوتٍ عالٍ» قائلة بأن تطبيق ميوزيكلي -أو تيك توك كما هو معروف الآن- هو الذي غيَّر حياتها وأحدث انقلابًا في خططها ومشوارها الفنِّي والمهني.

وبينما تقرأ الكتاب بتحفُّز وتقلب عينيك فيه لتبحث عن سِرِّ النجاح الخطير الذي أدَّى إلى دفعها بسرعة الصاروخ إلى طريق الشهرة والمال، تقابلك Ariel بهذا السطر الذي خطَّته في الفصل الثاني من كتابها، حيث تجدها تقول: «ليس لديَّ أي فكرة كيف أو لماذا حدث كل هذا بالطريقة التي حدث بها، أعتقد أن جزءًا منه هو الحظُّ».

وبعد جرعة تفاؤل -أو إحباط، حسب مزاجك- بعد قراءة هذه العبارة، تمرِّر ناظريك على بقيَّة فصول كتابها لتبحث عن سِرٍّ آخر للنجاح، لكنك لا تجد سوى بعض العبارات التحفيزية المعتادة التقليدية، مثل «أحِب ما تعمل واعمل ما تحب»، و«عبِّر عن نفسك بلا قيود»، إلى آخره.

هنا تعيد النظر في حياتك وفي حياة Baby Ariel، فقد تركت الفتاة مدرستها ولم تكمل تعليمها، وحاليًّا تعيش حياة مرفَّهة مليئة بالمتع ووسائل الراحة والسلع التي لا يقوى على شرائها أغلب الناس. وفي وقت كتابة هذه الأسطر، في بداية 2024م، تمتلك Baby Ariel قرابة 36.5 مليون متابع على تيك توك وحده، غير بقيَّة حساباتها الأخرى.

تمثّل رحلة Baby Ariel القصيرة قصّة نجاح ملهمة لقطاعات واسعة جدًا من الفتيات والشباب، إذ إن حالتها تثبت لك أن الشهرة، والثروة، لا يفصلك عنها سوى مقطع واحد ترفعه على تيك توك، فالفرصة متاحة للجميع ولا يلزمك أن ترهق نفسك في إعدادات مرهقة وتجهيز طويل، فطريق النجاح يبدأ من أريكة منزلك، والجميع لديه فرص متساوية للنجاح السريع على تيك توك.

فلماذا أرهق نفسي في سنوات من التعليم النظامي المدرسي والجامعي؟ وما الفائدةُ من إجهاد نفسي في المذاكرة والتحصيل والعمل الجادّ، بينما لا يفصلني عن المال الوفير والشهرة الرائعة سوى رفع بعض المقاطع على تيك توك؟

ربما تكون هذه الأسئلة مشروعة بالفعل إذا نظرنا إلى قصّة Baby Ariel وحدها.

لكني هنا لأخبرك أن هذا -وحده- جزء صغير من الصورة.

***

قبل أربع سنوات، تحديدًا في عام 2020م، صرّح الرئيس الأمريكي دونالد ترامب أنه سيحظر تطبيق تيك توك إلى الأبد داخل أراضي الولايات المتحدة الأمريكية بسبب «مخاوف على الأمن القومي الأمريكي»، وأعطى مهلة لشركة ByteDance المالكة لتطبيق تيك توك 45 يومًا حتّى تبيع التطبيق لشركة أمريكية وإمّا سيُحظَر التطبيق إلى الأبد داخل الأراضي الأمريكية، وهو ما يعني خسارة فادحة لشركة ByteDance ووأد آمالها في التوسُّع الغربي إلى الأبد.

لم يكن تهديد ترامب مفاجئًا دون مقدّمات، فقد كان هذا سلوكه طيلة فترة حكمه منذ بدء انتشار التطبيق في أمريكا في 2019، حتّى إنه في أثناء حملة ترامب الانتخابية المستميتة في صيف 2020، أشبعت الحملة موقعي فيسبوك وإنستاجرام بأكثر من 450 إعلانًا سياسيًا يدعي أن «تيك توك يتجسس عليك TikTok is Spying on You»، وكانت هذه الإعلانات هي أكثر إعلانات حملة ترامب الرئاسية من حيث عدد المشاهدات، فقد شاهد أكثر من 5.5 مليون أمريكي الرسائل في تلك الفترة، وقد أظهرت الرسائل صورًا لبعض الجنود الذين يرتدون الزيّ العسكريّ الصينيّ في تشبيه مباشر لتيك توك بأنه سلاح صيني يخدم الحكومة الصينية بشكل مباشر[1].

بدأت شركة ByteDance المالكة لتيك توك في الاستسلام للأمر الواقع، وتلقّت بعض العروض بالفعل لشراء التطبيق وعلى رأسها عرض من شركة Microsoft، وباتت قاب قوسين أو أدنى من الطرد الفعلي من السوق الأمريكية، لكن سلسلة من الأحداث المفاجئة، على رأسها أزمة كوفيد- 19 وخسارة ترامب في الانتخابات الرئاسية، جعلت التطبيق ينجو من الحظر بأعجوبة داخل أراضي الولايات المتحدة الأمريكية.

وبينما نجا التطبيق داخل أمريكا، إلا أنه لم يحالفه الحظُّ نفسه في الهند، فقد حظرت الهند في عام 2020 تطبيق تيك توك داخل أراضيها،

---

(1) لعرض مختصر حول مسألة ترامب وتيك توك، انظر حلقة المخبر الاقتصادي بعنوان «لماذا تخاف أمريكا من تيك توك؟ ولماذا ترفض الصين بيع التطبيق بأي ثمن؟» على موقع يوتيوب.

فخسر تيك توك أكبر سوق له في العالم بين عشية وضحاها، إذ خسر 200 مليون مستخدم في ليلة واحدة بقرار واحد من الحكومة الهندية (التي حظرت قرابة 50 تطبيقًا صينيًا في القرار ذاته).

لم تكن الهند فريدة في حظرها لتيك توك، فقد حظرته باكستان سابقًا أربع مرّات، وسبقتهما بنجلاديش وإندونيسيا لفترات متقطِّعة، كما حظرته الإمارة الإسلامية في أفغانستان منذ 2022م. وفي 2023م أعلنت الصومال حظر التطبيق كذلك، كما أعلنت قيرغيزستان الأمر نفسه.

أمّا كندا وأستراليا وبلجيكا والدنمارك والنرويج وبريطانيا والولايات المتحدة وغيرها من الدول الغربية، فقد تنوّع حظرهم بين منع العاملين في وزارات الدفاع من تحميل التطبيق، وبين منع الوزراء من تحميله، وبين منع أي موظف في الدولة أيًا ما كان منصبه من تحميل تيك توك.

وفي لمحة أخرى من ملامح «تسليح» تيك توك، كتب رئيس وزراء كيان الاحتلال الإسرائيلي الأسبق، نفتالي بينيت، تغريدة في نوفمبر 2023م، في خلال سريان معركة طوفان الأقصى وحرب الإبادة التي شنّتها قوات الاحتلال على قطاع غزّة، قال فيها بينيت إن «وضعنا الدولي غير جيد، والرأي العالمي ليس في صالحنا الآن، على سبيل المثال فإن المحتوى الداعم لفلسطين على تيك توك يفوق نظيره الصهيوني على التطبيق نفسه بـ 15 مرّة».

فلماذا صار التطبيق من أداة للنجاح والشهرة السريعة إلى حرب سياسية بين الإدارة الأمريكية ونظيرها في الصين؟ ولماذا هذا الحظر

من دول شرقية وغربية؟ وما سِرُّ اهتمام الصهاينة بالتطبيق في خلال عدوانهم على قطاع غزَّة؟

أليس التطبيق عبارة عن بعض الأغاني وبعض الرقص، وهكذا هو الأمر؟ إذَنْ ما الذي يقلق دولًا مثل الهند والولايات المتحدة و«إسرائيل» من هذا التطبيق؟

والأهمُّ: كيف نتعامل مع التطبيق بعدما نفهم هذه الأبعاد؟

***

في عام 2021 بدأ العالم يستفيق من حالة الإغلاق العام التي فرضتها عليها جائحة كوفيد-19 في العام السابق. في ذلك الوقت، بدأت بعض مقاطع الفيديو من تطبيق تيك توك في الانتشار، ومنذ ذلك الوقت كان محتوى تيك توك الذي أراه هو ما يعرضه بعض اليوتيوبرز كردود أفعال وتعليقات Reaction Videos عليه لا أكثر، حيث يفتح اليوتيوبر بعض مقاطع التيك توك السخيفة أو المبتذلة، ثمَّ يضحك عليها أو يسخر منها، فيحصل على بعض المشاهدات، وهكذا هو الأمر. ولا يزال بعض اليوتيوبرز، العرب وغير العرب، يفعلون الشيء نفسه حتَّى لحظة كتابة هذه السطور.

ثمَّ في عام 2023، قرَّرت لأول مرَّة أن أحمِّل تطبيق التيك توك على هاتفي، لم يكن دافعي الاهتمام بالمنصَّة قدر ما كان الفضول بمعرفة ما يجري هناك، فلم أكن أعتقد أن التطبيق مناسبٌ لي، حيث إني أقع من ضمن فئة الجيل «العجوز» الذي يتعامل عبر منصَّتي فيسبوك وتويتر (ثمَّ تليجرام مع معركة طوفان الأقصى وتضييق فيسبوك على المحتوى

الداعم لفلسطين بشكل مقزّز) أمّا تيك توك فهو بعيد عنّي إذ إنه قد صار التطبيق الأساسي للشباب الصغير والمراهقين.

بعدما انتهى التطبيق من التحميل، فتحته مباشرة وأُعجبت في الحقيقة بواجهة المستخدم البسيطة، فقد دخل التطبيق في الفيديوهات مباشرة ولم يطلب منّي إنشاء حساب ممّا جعل تجربة الاستخدام أسهل بالنسبة إليّ. فشرعت فورًا في تصفُّح مقاطع الفيديو وبدأت في التجوُّل قليلًا هنا وهناك، ولم تمضِ بضع دقائق حتّى أذهلني أمرٌ عجيب: ففي خلال بضع دقائق استطاع تيك توك أن يرشّح لي ما يعجبني وما لا يعجبني من مقاطع الفيديو، وأصبح يقدّم إليّ مقاطع أمضيت فيها وقتًا أطول -ولو لثوانٍ معدودة- ويستبعد مقاطع أمررها سريعًا.

وفي غضون دقائق صار التطبيق يعرف مزاجي بطريقة مخيفة، نوعية ألعاب الفيديو ومقاطع الـ Gaming التي أحبها، نوعية الأفلام المفضّلة إليّ، نوعية المقاطع الدينية، نوعية المحتوى الثقافي، المقالب والتجارب الاجتماعية والاسكتشات التمثيلية، والمواضيع والمصطلحات التي أفضّلها دون غيرها، المحتوى الرياضي والصحّي، كل شيء صار مكشوفًا أمامي على التطبيق. وأذهلني الأمر: فكيف استطاع هذا التطبيق في بضع دقائق أن يعرف عنّي في دقائق معدودة ما بنيته من أفكار وأهواء استغرقت سنوات من الخبرة والتجارب الحياتية كي تنضج في ذهني؟

قبل تحميل التطبيق كنت أسمع كثيرًا حكايات هي أقرب منها للأساطير عن التطبيق، فأحيانًا أسمع أنه مجرّد وسيلة لتمضية الفراغ، بينما قال بعضهم إن التطبيق سبَّب «إدمانًا» وهوسًا عند الشباب

والمراهقين ينامون عليه ويسهرون في التصوير من أجل تحقيق المشاهدات، وأحيانًا أسمع أنه تطبيق تُكشف فيه أجساد الفتيات وتُعرض للجمهور من خلال الرقص والخلاعة، كما أسمع كذلك أن التيك توك طريق شبه مضمون للشهرة وتحصيل المال السريع، وأحيانًا يقول لي مستخدمو التطبيق إنه مجرّد وسيلة للتواصل مع الأقران مثله في ذلك مثل الفيسبوك لأبناء جيلي.

كنت في العادة أغضّ النظر عن تلك الادعاءات ولا أصدّق شيئًا منها بالكلية، فالقاعدة تقول إن الحكم على الشيء فرع عن تصوُّره، وحيث أني لم أمتلك تصوُّرًا كاملًا عن التطبيق، فلا يمكنني الحكم عليه.

وبعدما حمّلته وتصفّحت فيه قليلًا، كنت أتوقّع أن أحذفه بعد دقائق أو ربما ساعات معدودة، لكن ما شدّني في الحقيقة كانت هذه الخوارزميات الرهيبة للتطبيق، التي تفوق مثيلاتها في يوتيوب أو إنستاجرام أو سناب شات.

فقرّرت حينها أن أشدّ الرحال إلى مكتبي كي أسأل علّامة العصر وحكيم الزمان (جوجل) عن هذا الأمر: هل شعوري بتفوّق خوارزميات التيك توك هو مجرّد شعور شخصي، أم أن الأمر أكبر من ذلك؟

طفقت على الإنترنت أبحث عن المصادر، وعن الأوراق العلمية، وعن التقارير الصحافية الاستقصائية، وبكل صراحة أقول إنه قد هالني ما وجدت: فالبحث عن التيك توك في الإنترنت أشبه بالوقوع في حفرة

الأرنب[1]، كلما دقّقت فيها نزلت أعمق وأعمق، بلا قاع واضح في طريقك. فالورقة البحثية ما تكاد تنتهي من قراءتها حتّى تنتقل إلى تقرير، ومن تقرير إلى تحقيق، ومن تحقيق إلى وثائقي، ومن وثائقي إلى تجربة شخصية، ومن تجربة إلى كتاب، وهكذا بلا انتهاء.

ثمّ إنني بعد كل هذا «الغوص» في حفرة الأرنب، بحثت عن الكتب التي حلّلت التطبيق نفسيًا واجتماعيًا. لكن في هذا الموضوع تحديدًا، لم أجد من الكتب الإنجليزية كتابًا واحدًا في تحليل أو نقد التطبيق، لكني عثرت على كتابين اثنين فقط باللغة الإنجليزية متشابهين في محتواهما لكنهما لا يتناولان ما أريده إذ يركّزان على استعراض تاريخ تيك توك ومؤسّسيه وشركته بتفصيل شديد وحسب. كما وجدت كتابين باللغة العربية أحدهما كان مجرّد تجميع لبعض صنّاع المحتوى والآخر كان عنوانه لافتًا إلا أنه لم يروِ ظمئي مطلقًا ولم يتناول التطبيق بالتحليل والنقد الكافيين، أمّا سائر الكتب حول تيك توك -وهي بالمئات- فقد ركّزت على كيفية التسويق والنجاح على التطبيق وآليات الانتشار فيه ونحو ذلك، وهو أمر لن أتناوله في هذا الكتاب.

حينها تعجّبت: لماذا لم تنبرِ أقلام المؤلفين لتحليل التطبيق من حيث آثاره النفسية والاجتماعية، والتحوُّلات التي يجريها على تصوُّرات المستخدمين ذهنيًا ودينيًا أيضًا؟ إذا كان هذا التطبيق كاسحًا ومنتشرًا

---

(1) الوقوع في حفرة الأرنب Falling Down the Rabbit's Hole هو تعبير إنجليزي يفيد الدخول في شيء بعمق واكتشاف أشياء عجيبة فيه لم تكن متوقّعة.

إلى درجة لا يكاد يخلو منها بيت أسرة واحدة، فأين الجهود التي من المفترض أن تنبِّه وترشِّد استخدام التطبيق؟

إنني أعترف أني شخصيًا -ومعظم أبناء جيلي والجيل الأسنّ منّي- تعاملنا مع التطبيق منذ بدايته بشيء من السخرية والاستهتار، فمَن نحن حتَّى نهتمّ بتطبيق بدأ وجوده في العالم بالغناء ومزامنة الشفاه مع الصوت Lip Syncing والرقص أمام الهاتف؟ ربما كان هذا الأمر متفهّمًا في بدايته، حيث كانت هذه الصورة المنتشرة للتطبيق بالفعل، كما سنشرح في الفصل الأول الكتاب في مراحل وتاريخ التطبيق، لكن الوضع تغيَّر الآن، ولم تمضِ سنوات معدودة حتَّى أدركنا أن التطبيق قد مَرَّ بتحوُّلات ضخمة فتحت له الباب ليلج إلى ملايين الأسر العربية والأجنبية، وأصبح أكبر من مجرّد تطبيق للرقص بكثير جدًّا.

وعليه، فمن باب: ما تأخَّر من بدأ، استخرت الله تعالى واستشرت مَن أثق برأيهم، ثمّ قرّرت مستعينًا بالله أن أكتب عن التطبيق وعمّا يُحدثه من تغيير في نفوسنا وعقولنا، وكيف استطاع هذا التطبيق بمفرده أن يغيِّر عقلية جيل بأكمله حول العالم؟ وما هي المخاطر الحقيقية والتحوُّلات النفسية والذهنية التي يتسبَّب فيها التطبيق؟ وما هو دور الصين الحقيقي في نشر التطبيق؟ وكيف ننظر إلى التطبيق ونتعامل معه؟

وهنا أنوّه إلى القارئ العزيز والقارئة الكريمة أنه سيجد نقدًا واسعًا للتطبيق في الكتاب، لكن هذا لا يعني أن تيك توك لا خير فيه مطلقًا. فالحديث عن خيرات تيك توك لا ينتهي، وحسناته واسعة لا شك، لا سيما مع قدوم معركة طوفان الأقصى والعدوان الصهيوني المجرم على غزّة،

والتي ظهر فيها تيك توك متفوِّقًا على أقرانه من وسائل التواصل من حيث عدم حذف المحتوى الداعم لفلسطين.

لكن ما أريد أن أشير إليه بوضوح من بداية الكتاب هو أنني أعتقد أن شرَّه يغلب خيره، وأن سيئاته تتجاوز حسناته بفرق شاسع، وهذا ليس رأيي وحدي بل كان هذا رأي غالب صانعي المحتوى على تيك توك ممَّن أجريت معهم مقابلات لهذا الكتاب، وما لم ندرك الفرق بين هذا وذاك، فإننا سنقع ضحية له، أو الأسوأ: سنترك أولادنا ضحية سهلة له. ولذلك سيكون الغالبُ الأعمُّ من هذا الكتاب هو تناول سلبيات التطبيق، مع ذكر بعض محاسنه بين الفينة والأخرى في ثنايا الكتاب.

فبالأخير أومن أن منافع التطبيق نقطة في بحر مضارِّه، ولا يمكن السكوت عن المساوئ بحجة أن التطبيق فيه منافع، فالتبغ والسجائر يساعدان على إنقاص الوزن، لكن هذا لا يعني ترشيح التبغ لأي إنسان، لأن العبرة بما يغلب على طبيعة الشيء وليس على جانب واحد منه فحسب. وقد أدركت دولة الصين نفسها هذا الأمر، ولذلك فرضت تقييدات شديدة على تيك توك داخل أراضيها، خصوصًا للأطفال، بل إن تطبيق تيك توك نفسه له نسخة محلية خاصَّة بالصين فقط ولها خوارزمياتها المختلفة وبناءها الخاص المختلف عن تيك توك الذي يُصَدَّر إلى كل دول العالم من الصين، وسنشرح ذلك بالتفصيل في الفصل الأخير من الكتاب إن شاء الله.

وأخيرًا: فقط قرَّرت تسمية الكتاب «متلازمة تيك توك: كيف يؤثِّر تطبيق واحد على العالم من حولنا؟» ولم أقصد أن هناك اضطرابًا نفسيًّا بعينه يتسبَّب فيه التطبيق يمكن تحليله وتشخيصه علميًّا تحت عنوان

واحد، والسبب ببساطة أنه لا يوجد للأسف حتَّى الآن تحليل علمي كافٍ للتطبيق، وقد نشرت صحيفة الجارديان البريطانية تقريرًا في 2022 تحت عنوان: «ما يفعله تيك توك بصحتك العقلية: إنه لأمر محرج أننا نعرف القليل جدًّا»، وهذا الفقر في تحليل التطبيق هو عكس الواقع في بعض المنصَّات الأخرى وعلى رأسها إنستاجرام، الذي يكثر حوله الدراسات والتحليلات حول تأثيراته العقلية والنفسية.

ولذا فمفهوم المتلازمة الذي أقصده هنا هو مجموعة من العلامات والأعراض التي سأجتهدُ في رصدها قدر وسعي -إن شاء الله- والتي أجدها عند بعض شرائح مستخدمي التطبيق، سواء كانوا صناع محتوى أم مستهلكين، مستعينًا بآراء المتخصصين وأصحاب التجارب كلما استطعت بإذن الله.

هذا وما أكتبه هنا لا يعدو كونه اجتهادًا من العبد الفقير، قد أُصيبُ فيه وقد أخطئ، فما كان فيه من خير ففضلٌ من الله، وما كان من خطأٍ فمن نَفسي ومن الشيطان، والله الموفَّق لكل خير، وهو سبحانه المستعان وعليه التكلان، ولا حول ولا قوة إلا بالله.

**كتبه الفقير إلى عفو ربه،**

**إسماعيل عرفة**

**رجب 1445هـ**

**يناير 2024م**





# الفصل الأول:

# تاريخ تيك توك: من الرقص في غرفة النوم إلى غزو العالم



في عام 2020م، في ذروة جائحة كوفيد-19 وحالة الإغلاق العام التي فرضتها العديد من دول العالم، اتصل بي أحد مديريَّ في العمل وأبلغني أنه لظروف الإغلاق فإن الشركة لن تتمكَّن من دفع رواتب الموظَّفين، وأن الشركة ستعلِّق العمل إلى أجل غير مسمًّى، ثمَّ أغلق المكالمة معتذرًا.

الأمر نفسه حدث معي مع عدَّة جهات كنت أعمل معهم، الجميع قرَّر فصل الموظَّفين بسبب تعطُّل العمل واضطراب الدورة المالية للشركات، وبين عشية وضحاها وجدت نفسي بلا عمل تقريبًا.

لم تكن حالتي فريدة بين عموم الشباب، فحينذاك خسر ملايين الشباب وظائفهم وسُرِّحُوا من أعمالهم، لأن حالة الإغلاق العام عطَّلت سلاسل التوريد وقلَّصت إيرادات الشركات فلجأت إلى تبنِّي سياسات حادَّة لتقليص الإنفاق، وعلى رأس هذه السياسات كان طرد الموظَّفين.

والحقيقة أن هذا لم يكن الأمر مفاجئًا، إذ إنه منذ بداية العام بدأت بعض التوقُّعات والتحليلات أن هذا العام تحديدًا -2020م سيكون عامًا مليئًا بالخسارات المالية الفادحة للشركات، ولن يُستثنى من ذلك سوى القليل. ولا تزال حتّى الآن -في 2024- الآثار الارتدادية المالية للجائحة

مستمرَّة متسبِّبة في موجة هائلة من التضخُّم ولم تتعافَ الاقتصادات بشكل كامل حتَّى اللحظة.

مرَّت الأيام، وبالفعل شاهدنا كيف أُرغمت مئات الشركات على الإغلاق بسبب نقص الموارد وندرة الطلب وعدم توفير السيولة الكافية لتشغيل الشركات، لم يكد يمُرُّ يومٌ حتَّى تسمع عن مكتب أغلق أو فرع لشركة حُوِّلَ إلى مخزن أو شركة كاملة صُفِّيَت من السوق.

لكن في وسط هذا الشلَّال من الخسارات، بدا وكأن شركات بعينها تربح بشكل مريب، فالشركات التي تتربَّع على عرش التقنية ويتصدَّر أصحابها أغنى أغنياء العالم وتقطن معظم مقرَّاتها الولايات المتحدة وتحديدًا في سيليكون فالي (منطقة في ولاية كاليفورنيا)، مثَّلت لهم جائحة كوفيد-19 فرصة ذهبية لتنمية أرباحهم أضعافًا مضاعفة مستغلِّين بقاء الناس في البيوت، وتصفية الشركات الصغيرة، واعتماد الناس أكثر فأكثر على الهواتف والحواسب الآلية لتقضية وقت فراغهم في فترة الإغلاق، أو للعمل عن بُعد.

تسبَّبت الجائحة إذَنْ في صعود صاروخيّ للشركات التقنية وأباطرة سيليكون فالي، فمثلًا تضاعفت ثروة إيلون ماسك مالك شركة تيسلا من 20 مليار دولار في 2019 إلى 230 مليارًا في 2023، وزادت ثروة جيف بيزوس مالك أمازون بمقدار 52 مليار دولار، كما ارتفعت ثروة مارك زوكربيرج بمقدار 58 مليار دولار. باختصار، وبحسب مجلة The

Nation، تسبَّبت حالة الإغلاق العام في تزويد أغنى أغنياء العالم بـ 1.4 تريليون دولار إضافية إلى مجمل ثرواتهم[1].

وهكذا بالنسبة إلى عمالقة سيليكون فالي ومحتكري سوق التقنية في العالم، كان كوفيد-19 فرصة لهم ليضاعفوا ثرواتهم لكن على الناحية الأخرى من العالم، وتحديدًا في الصين، كانت شركة ByteDance المالكة لتطبيق تيك توك، والغريبة عن سيليكون فالي بدأت تزاحم الشركات الأمريكية على ريادة التقنية العالمية، فقد أعطته الجائحة قفزة هائلة يمكن القول بأن تيك توك غزا العالم بسببها وتربَّع على عرش قائمة التطبيقات الأكثر تحميلًا في 2020.

هذه القفزة مثَّلت لغزًا للكثيرين، وتهديدًا لآخرين، لكن المؤكَّد أن تيك توك فرض نفسه في العالم كمنافس وحيد لاحتكار سيليكون فالي للتقنية. لكن هذا الانتشار المفاجئ لتيك توك في الحقيقة لم يكن وليد المصادفة، بل كان ختام رحلة شاقة خاضها التطبيق منذ تأسيسه في الصين عام 2016، رحلة مكَّنته في النهاية من الوصول إلى أيدينا نحن، وإلى الشباب عامة بطريقة غير مسبوقة.

فكيف بدأت هذه الرحلة؟ وماذا يمكننا أن نتعلَّم منها؟

من أين نال تيك توك سمعته السيئة بأنه تطبيق للرقص والغناء لا أكثر؟ ولماذا كرهه كبار السنّ وابتعد عنه الكثير من الناشطين والمثقَّفين؟ ثمّ بعد ذلك تغيَّر الأمر؟

---

(1) John Nichols, The Pandemic Made the Rich $1.7 Trillion Richer. The Nation.

هل تيك توك في 2024 هو نفسه تيك توك في 2018؟ ما الذي تغيَّر؟ وهل تغيَّر للأحسن أم للأسوأ؟

حتَّى نجاوب على جميع هذه الأسئلة ينبغي أن نأخذ رحلة قصيرة في تاريخ التطبيق، لذا أدعو القارئ إلى أن يشدَّ حزام الأمان ويقرأ معي هذه الصفحات القليلة القادمة حتَّى نعثر على إجابة هذه الأسئلة معًا.

**أمَّا إذا كنت ممَّن يملُّون من الحكايات التاريخية والتفاصيل التقنية، فيمكنك تخطِّي قراءة هذا الفصل والدخول على الفصل التالي مباشرة، ولا تقلق فلن يؤثِّر تخطِّيك لهذا الفصل على قراءتك لبقية فصول الكتاب، وإذا أردت: يمكنك قراءة السطور التي ظلَّلتها لك بالخط السميك Bold والتي سجلتها لك كفوائد مختصرة من هذا الفصل.**

والآن لنبدأ رحلتنا.

## نبوغ منذ الصغر

وُلد زهانج ييمينج، مؤسِّس تطبيق تيك توك، عام 1983م لأسرة ميسورة الحال من الطبقة المتوسِّطة في دولة الصين، كان والده مالكًا لمصنع للأجهزة الكهربائية، ومنذ صغره، ورث ييمينج الابن صنعة الكهربائيات من والده وأصبح مثالًا للشاب الـ Nerd[1] بحق، فقد كان انطوائيًا منعزلًا عن الحياة الاجتماعية، لا يشارك في أي أنشطة طلابية في مدرسته أو جامعته، كما وقع في غرام القراءة والمعرفة منذ

(1) مصطلح Nerd لا يوجد ترجمة عربية له حدٌّ علمي.

طفولته، فكان يقرأ ليل نهار ويسهر إلى الساعة 2 ليلًا قارئًا متصفِّحًا لما يقع بين يديه من كتب، كما حكى عن نفسه أنه كان يقرأ 20 صحيفة أسبوعيًا بشكل ثابت[1].

ومع دخول عصر الحاسب الآلي والإنترنت، اشترى ييمينج جهاز كمبيوتر من مال والده ووضعه في غرفته الخاصَّة وعكف عليه وحده يتعلَّم كيف يبرمج عليه، وودَّع دراسته الجامعية في هندسة الكهرباء وأجرى Career Shift وبدأ طريقه في تعلُّم هندسة البرمجيات. وبتعبير الصحافي ماتثيو بريننان صاحب كتاب (مصنع الانتباه: قصَّة تيك توك وشركة بايت دانس الصينية): «كان ييمنج يعمل حتَّى الموت»[2].

أصبحت البرمجة والخوارزميات هوسًا عند ييمينج، وأمضى كل وقته في تعلُّمها وفي العمل بها، ولفهم مدى تأثيرها عليه يمكننا النظر إلى حكايته الشخصية عن كيفية اختيار زوجته الأولى التي صادفها في أثناء تصليحه لأحد أجهزة الكمبيوتر، فقد قال ييمنج عن اختياره لها: «لو كان هناك 20.000 فتاة مناسبة لي في العالم، فعليَّ إيجاد واحدة فقط من هؤلاء، هذا حلٌّ تقريبي مناسب في نطاق مقبول». رومانسي أليس كذلك؟ حتَّى في مشاعره يتكلَّم بلغة الحوسبة.

---

(1) قد يستغرب القارئ هذا العدد من الصحف المقروءة أسبوعيًا، لكني شهدت بنفسي في التسعينيات وبداية الألفينات أنه كان من الطبيعي أن تجد شابًّا يقرأ ثلاث صحف يوميًا.

(2) Matthew Brennan, Attention Factory: The Story of TikTok and China's ByteDance. Self-Published: 2020.

بحلول 2011، كان ييمنج قد طوّر العديد من التطبيقات، وأسّس 4 شركات في خلال آخر 6 سنوات من عمره. وفي السنوات نفسها كانت الهواتف الذكية تشهد نقلة نوعية بإطلاق iPhone 4s، فقبل ذلك كانت الوسيلة الأساسية للدخول للإنترنت هي الحاسب الآلي، لم تكن الـ Feature Phones، أي الهواتف ذات الأزرار، أداة فعالة للدخول عليه، فقد كان تصفح الإنترنت بواسطة هذه الأجهزة نوعًا من العذاب.

ثمّ في عام 2012 قرر ييمينج إنشاء شركة تقنية جديدة تحت اسم ByteDance، وهنا نقف وقفة بسيطة لنسأل: ما الذي يمكننا ملاحظته من اسم الشركة؟

هناك ملاحظتان، الأولى أنه من ملاحظة اسمها فإن ييمينج أراد دمج التقنية والحوسبة (رمز Byte) مع الترفيه والفنّ (رمز Dance)، وهو ما يظهر مركزية الترفيه والتعبير الفنّي في توجُّه الشركة. أمّا الملاحظة الثانية فهو أنه أطلق شركته بالاسم الصيني والإنجليزي معًا، أي أنه منذ اللحظة الأولى يفكّر في العالمية ويطمح لدخول السوق الدولية.

**لكن مؤسِّس تيك توك يعلم جيدًا أن منافسة أباطرة التقنية في سيليكون فالي مثل ميكروسوفت وأمازون وفيسبوك ليس أمرًا سهلًا، ولذا كانت استراتيجيته تعتمد على «اختراق السوق بالترفيه أولًا»، بحسب هوانج هوه، أول مطوّري تطبيقات الهواتف للشركة في 2012[1]. فمن خلال الترفيه، سيتمكّن تيك توك لاحقًا من إيصال أي رسالة يريدها إلى مستخدميه.**

(1) Ibid.

## من الغرب إلى الصين

لندع الآن الصين للحظات وننتقل إلى الغرب. فبعد تأسيس ييمينج لشركته بعام واحد، أطلِقَ تطبيق Vine الأمريكي في عام 2013م. أبدع التطبيق فكرة جديدة في سوق التقنية تعتمد على الفيديوهات القصيرة التي لا تتجاوز 6 ثوانٍ فقط. ونجح التطبيق نجاحًا عجيبًا وسط المراهقين رغم القصر الشديد لمقاطعه، حتَّى إن تويتر اشترى النسخة التجريبية للتطبيق بــ 30 مليون دولار، رغم أنه لم يُطلَق رسميًّا بعد، من شدَّة نجاحه.

كانت مقاطع Vine مربعة الشكل، وعندما لاقت فكرة المقاطع القصيرة رواجًا، ظهر تطبيق فرنسي الأصل باللغة الإنجليزية اسمه Mindie في العام نفسه محاكيًا تطبيق Vine ولكن مطوَّرًا في أداء التطبيق، فبدلًا من مجرَّد تصوير المقاطع بشكل مجرَّد، قرَّروا إضافة خاصية إضافة موسيقى على المقاطع، وهي إضافة اعتبرت ثورية في ذلك الوقت.

حسنًا، لنرجع الآن إلى الصين، ولكن ليس إلى ييمنج وإنما إلى شخص آخر يدعى أليكس زو، كان زو يراقب هذين التطبيقين في صمت، وفكَّر قائلًا: ما دامت فكرة المقاطع الصغيرة ناجحة، فلماذا لا أستغلُّها في شيء نافع ومفيد عوضًا عن الموسيقى والترفيه؟ ظنَّ زو أن الفكرة ستلاقي نجاحًا باهرًا لأن الكثيرين بالفعل يقبلون على الدورات التعليمية الأونلاين MOOC، ولكن قلما تجد مَن يواصل دراستها إلى

النهاية لطول الفيديوهات والملل منها، لذا رأى أن فكرته تبدو مبشِّرة بالأرباح الوفيرة.

وبالفعل ابتكر زو تطبيقًا تعليميًا يقوم على مقاطع الفيديو القصيرة كأنها حصص/كورسات صغيرة الحجم، وجلس زو مع فريقه 6 أشهر للتحضير وبناء الفريق واستجلاب التمويل اللازم من المستثمرين. ولكن فور إطلاق النسخة التجريبية للتطبيق تيقَّن مباشرة أن التجربة فاشلة قبل أن تبدأ، إذ استمرَّ زو في التصوير لمدة 6 ساعات ليصوِّر فيديو واحدًا مدَّته 3 دقائق عن تاريخ القهوة.

يستذكر زو تلك اللحظات قائلًا: «في اليوم الذي أطلقنا فيه المنصَّة للعلن، كان فشلها محتمًا.. لم نستطع إلى الوصول إلى الشريحة المستهدفة وهي المراهقون»(1). فالمواضيع الجادَّة والثقيلة لا يمكن اختزالها في بضع دقائق. ولذلك يرى كثير من صُنَّاع المحتوى حتَّى يومنا هذا أن المواضيع الجادَّة لا يمكن مناقشتها بجدِّيَّة كافية على تيك توك. كان زو أمام خيارين: إمَّا أن يعلن فشل التطبيق ويجتهد في عمله المعتاد كثيرًا حتَّى يستطيع إرجاع الأموال إلى المستثمرين، وإمَّا أن يحوِّل خطَّة التطبيق تمامًا إلى ما يطلبه الجمهور، وهو ما لجأ إليه في النهاية.

وجد زو أن الترفيه هو السوق الرائجة، وأن المتعة هي السلعة المربحة في سوق التطبيقات، واكتشف أن تطبيق Mindie الفرنسي

---

(1) Ibid.

قد نجح نجاحًا باهرًا، فماذا فعل؟ ببساطة سرق زو فكرة وكود التطبيق ثمَّ أنشأ تطبيقه الخاص تحت اسم Musical.ly، الذي استنسخ فيه كل شيء من Mindie، الفرق الوحيد أنهم رفعوا الحدَّ الأقصى للمقاطع المصوَّرة إلى 15 ثانية.

أطلق زو تطبيقه «ميوزيكلي» في 2014 ولم يستهدف الجمهور الصيني وإنما وجَّه التطبيق نحو أوروبا وأمريكا، وفي أقل من سنة واحدة كان ميوزيكلي رقم 1 في قائمة التطبيقات الأكثر تحميلًا، لكن ربما يسأل أحد القرَّاء: لماذا لم تقاضيه شركة Mindie على سرقته لفكرة التطبيق؟

الإجابة هي أن تطبيق Mindie قد وقع في خطأ مميت إذ ترك جزءًا من برمجته والكود الخاص به مفتوحة المصدر ومتاحة على موقع GitHub، فما كان من زو إلا أنه نسخ الكود ولصقه لا أكثر مع بعض التعديلات البسيطة.. وهكذا كان هذا الخطأ البسيط سببًا في انهيار Mindie وإغلاقه إلى الأبد عام 2016.

## نجاح غير محتمل!

بدأ ميوزيكلي في الانتشار بقوة في أوروبا وأمريكا، وفاق انتشاره قدرته على مجاراة تكلفة ذلك، ففي عام 2017 وصل التطبيق إلى عنق الزجاجة من حيث القدرة على متابعة الانتشار والاحتياجات الفنية والمالية المترتبة على ذلك، وبسبب محدودية موارده فإنه لم يستطع تغيير الصورة الذهنية لدى الناس عنه بأنه مجرَّد تطبيق للرقص

والغناء، كما أنه لم يستطع الوصول إلى شرائح جديدة وظل مستخدمو
محصورين في فئة 10-20 سنة.

حينذاك أدرك تطبيق ميوزيكلي أنه بدأ مشوار الانحدار، وخاف من
مصير التطبيق الألماني المشابه له Dubsmash، فقد بدأ هذا التطبيق
الأخير في 2015 لتصوير المقاطع المرئية كذلك، وأصبح فجأةً التطبيق
الأول من حيث عدد التحميل في 40 دولة حول العالم، لكن لم تكن
إمكانات الفريق تسمح بمجاراة هذا التطور الصاروخي، فأصبح نجاح
التطبيق عبئًا على فريق العمل، حتّى أُغلق أخيرًا في 2022.

وبينما كان ميوزيكلي يمرّ بهذه المرحلة الحرجة، نظر إلى السوق
الصينية باعتبارها ثروة هائلة تنتظر من يستثمر فيها، لكنه تذكَّر أن
صاحبنا ييمينج (هل تتذكرونه؟) قد سبقه بالفعل، ففي عام 2016
أطلقت شركة ByteDance تطبيق Awesome.me، وكما سرق زو
تطبيقه من Mindie، فكذلك استنسخ ييمنج تطبيقه من Musical.ly.

وبعدما نجح Awesome.me داخل الصين أُعيدَت تسميته إلى
Duoyin، الاسم الصيني لتطبيق تيك توك حتّى يومنا هذا (سنعرض
الفروقات بين تطبيق تيك توك في الصين وخارجها في آخر فصل إن
شاء الله). وبدأ تيك توك الصيني في التوسُّع خارج الصين في الدول
المجاورة لها، في اليابان وإندونيسيا، في فيتنام وكوريا الجنوبية، في
تايلاند والهند، وغير ذلك.

حاول ميوزيكلي سابقًا الدخول إلى السوق الصينية تحت اسم
Mama Mia لكنه فشل وأغلق عام 2015م، ثمّ حاول مرّة أخرى في

2017 تحت اسم Muse لكنه فشل مرّة أخرى، فقد كان صعود Duoyin لا يضاهى ولم يستطع أحد منافسته، حتّى عمالقة التقنية الصينيين أنفسهم مثل شركات Alibaba وTencent وقفت عاجزة أمام صعود يمينج وشركته ByteDance.

وجد زو نفسه محاصرًا بين إخفاقه داخل الصين وتعثُّره خارجها، فلا هو كسب الجمهور الصيني ولا هو استطاع ملاحقة التحميلات الزائدة على الحد في الغرب، فاضطرّ في نهاية الأمر إلى بيع التطبيق، وبعد مشاورات مع العديد من الشركات وتلقي العديد من العروض، اشترى يمينج بشركته ByteDance تطبيق Musical.ly في 2017، وبلغت قيمة الصفقة لهذا التطبيق الذي لم يمُر على إنشائه أكثر من أربع سنوات: نحو مليار دولار!

ثمّ بعد استكمال الإجراءات التقنية، وفي أواخر عام 2018، استيقظ مستخدمو تطبيق Musical.ly المراهقون في أمريكا وأوروبا من نومهم ليجدوا أن تطبيقهم المفضل Musical.ly قد أعيدَت تسميته إلى TikTok. ومع بداية 2019 بدأت الإعلانات تغرق السوق الأمريكية والأوروبية إيذانًا بقدوم هذا المارد الجديد.

وهنا نطرح سؤالًا: فبالنسبة إلى شابٍّ لم يسجِّل في تيك توك سابقًا كيف تغريه بالانضمام إلى التطبيق؟

دعني أخبرك الإجابة من كلمات أليكس زو نفسه وتأمَّل مدى دهاء التفكير في آليات التسويق التي يمكن بها خداع المستهلكين، يقول زو:

«كعملية اختراع أُمّة، عليك جذب مهاجرين، وفي سبيل ذلك عليك أن تجعل مجموعة صغيرة من السكّان أثرياء.»

**ويستكمل: «كان ميوزيكلي قارّة مكتشفة جديدة تحتاج إلى جذب مهاجرين، ومع عدد قليل من السكان كان الناتج المحلّي ضعيف، وتوزيع هذه الثروة بشكل متساوٍ سيجعل الجميع يعيش حياة متواضعة وبائسة، ولن يُجذَب مهاجرون جدد».**

طبقًا لزو، الحلّ كان بناء اقتصاد بدرجة عالية من اللامساواة، حيث يرتكز الناتج المحلّي/الثروة في يد حفنة قليلة من الأغنياء، أو المستخدمين الأوائل. وعندما يصبح المشتركون الجدد أغنياء، سيتنافس الناس من أجل بريق الذهب، فالجميع يريد أن يكون ذلك المحظوظ، وسيتدفّق المهاجرون من أجل تجربة ثروات هذا العالم الجديد.

**يقول زو: «لقد جعلنا الجميع يعيش الحلم الأمريكي على التطبيق، ولا مانع من توزيع بعض الثروة على بعض المشتركين الجدد، وإلا فسيصبح الحلم الأمريكي مجرّد حلم، وسيستيقظ الناس منه في النهاية»[1].**

(1) Chris Stokel-Walker, TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media. UK: Canbury Press, 2021.

## دعوكم من هذه التفاهة

«لسنوات طويلة حاولت التعامل مع ابنتي بدبلوماسية: لم أكن موافقًا على دخول ابنتي إلى عالم وسائل التواصل الاجتماعي لكني في الوقت ذاته حافظت على رغبتها في ذلك. بدأت ابنتي دانيل ذات الأعوام الثلاثة عشر في تصوير نفسها، ثمّ جذبتها عروض الأزياء والعمل كموديل للبراندات الشهيرة. لا ينبغي لابنتي أن تعمل، ابنتي ما زالت صغيرة!

تواصلت مع الشركات ومع مواقع التواصل الاجتماعي، لكنهم لم يكن يهمُّهم إلا الأموال، وابنتي كانت تسوّق لهم منتجاتهم، جذبتها أضواء الأغاني ومواقع التواصل. أنا متقزِّز ممَّا يحدث، لا ينبغي لابنتي أن ترقص بالملابس الداخلية على الإنترنت وهي ما زالت في عامها الثالث عشر»[1].

بهذه الاستغاثة البائسة كتب والد فتاة التيك توك المدلّلة، دانيل كون، منشورًا على موقع فيسبوك يستنجد فيه بالعقلاء من سوء استغلال ابنته القاصر منذ بدء مشوارها على ميوزيكلي عام 2016م، وكانت حينذاك تبلغ من العمر 10 أعوام فقط، حتّى بلغ عدد متابعيها عليه حتّى الآن 20 مليون متابع على تيك توك.

لم يفهم الأب ماهية ميوزيكلي/تيك توك حتّى استفحلت الأزمة عليه، فابنته المراهقة تقوم بتصوير نفسها في أوضاع مثيرة جنسيًا، وتضع كمية رهيبة من مساحيق التجميل، وتقوم بالرقص ومحاكاة الأغاني

(1) Bradie Pearson-Jones, Father of teenage influencer who has racked up 5M followers and a $2.5M fortune. Daily Mail.

وأحيانًا أداء بعض الاسكتشات الكوميدية عليه. وفي عمر 11 عامًا كانت كون تعقد صفقات تسويقية مع براندات عالمية مثل سامسونج وتارجيت.

وإذا استغربت أيها القارئ الكريم من عمر الفتاة، فدعني أخبرك أن أعمار أشهر المؤثرين على Musical.ly في 2016 كانت مقاربة لعمر دانيل كون، فـ Annie LeBlanc كانت 11 عامًا، و Jacob Sartorius كان 13 عامًا، والتوأم Lisa and Lena كانا 14 عامًا، وهلُمَّ جرًّا.

تخيَّل معي أن هؤلاء الأطفال الموجودين على Musical.ly قد استيقظوا من نومهم في أغسطس 2018م ليجدوا أن التطبيق صار اسمه TikTok، هل تتصوَّر أنهم كانوا سيعترضون؟ في الحقيقة أنه لم يكترث المراهقون والمراهقات كثيرًا، فبالأخير لا يزال التطبيق هو نفسه وحساباتهم تملك نفس أرقام المتابعين.

لكن المشكلة لم تكن عند هؤلاء المؤثرين وإنما كان عند تطبيق تيك توك نفسه، فالشركة المالكة ByteDance لا تزال ترى أن تيك توك محصورًا في فئات شبابية معينة، فأرادت أن تتجاوز فئة المراهقين واختراق سوق الأكبر سنًا.

**جدير بالذكر أن اليوتيوبرز كانوا يرون Musical.ly أنه تطبيق للأطفال والمحتوى الفاشل، ولذلك ابتعدوا عنه وصوَّروا مقاطع تحذيرية منه، وتعود هذه الفيديوهات إلى أواخر عام 2015م، أي بعد إطلاق Musical.ly بعام واحد فقط، ويمكن مشاهدة مثلًا مقطع لليوتيوبر RiceGum (10 مليون متابع حاليًا) بعنوان «هؤلاء الأطفال يجب أن يتوقَّفوا These Kids Must Be Stopped» المنشور في ديسمبر 2015م حيث يحذِّر فيه من الانفلات الأخلاقي على التطبيق.**

**لذلك وفي سبيل تحقيق هدف تجاوز هذه الفئة المراهقة، لجأت شركة ByteDance إلى إنفاق أموال طائلة على الإعلانات لتيك توك وصلت إلى مليار دولار سنويًا في الإعلانات على السوشيال ميديا فقط، أي نحو 3 مليون دولار يوميًا. وبالطبع آتت هذه الحملة ثمارها، ففي 2019م كان كل من يستخدم السوشيال ميديا، في أمريكا وأوروبا، يُمطر بوابل من الإعلانات لتيك توك في كل زمان ومكان.**

وأمام هذا السيل الجارف من الإعلانات، ترى كيف كانت ردَّة الفعل للفئة الأكبر سنًا من هذا التطبيق؟ الحقيقة أن الحملة أتت بنتيجة عكسية، فبعد شهر واحد فقط من دمج التطبيقين وبدء حملة الإعلانات المكثفة لتيك توك، نشر أحد اليوتيوبرز الأشهر على الإطلاق PewDiePie مقطعًا يصوِّر فيه ردَّ فعله Reaction Video على مقاطع تيك توك قائلًا بأنها كرينج Cringe وساخرًا منها، ومعنى كرينج أي الشعور بالإحراج من تصرُّفات الآخرين، وهو وصفٌ سيلازم تيك توك منذ بدايته في 2018 إلى يومنا هذا[1].

**توالت مقاطع ردود الأفعال من مختلف اليوتيوبرز، كما بدأت الميمز Memes الساخرة من التطبيق تنتشر على منتديات مثل Reddit و9gag و4chan وجميعها تتفق في تصوير تيك توك على أنه قمامة أو حثالة يجب إلقاؤها في سلة المهملات. بدا واضحًا أن المراهقين الذين يصوِّرون مقاطع ترفيهية على تيك توك يعتبرها الجيل الأكبر منهم مثيرة للغثيان أو محرجة في أفضل الأحوال، ولم تؤتِ الحملة ثمارها المرجوَّة مع الفئة الأكبر سنًا.**

---

(1) سنتعرض لمحتوى الكرينج وتبعاته في الفصل القادم إن شاء الله.

وحتَّى في عالمنا العربي رأينا بعض الصفحات -المصرية منو
على وجه الخصوص- مثل (رئيس مباحث التيك توك) و(أشكا
غريبة ما يعلم بينها إلا ربنا) و(نعم للتنمُّر) وعشرات الصفحات
العربية الأخرى التي لا تقدِّم أي محتوى سوى عرض فيديوهات
المراهقين على تيك توك والسخرية منها والاستهزاء بأصحابها.

وخلاصة القول إنه رغم إنفاق تيك توك الهائل على الإعلانات
إلا أنه بحلول عام 2020 كانت النظرة السائدة بين كبار السر
ومواليد التسعينيات أن تيك توك ما هو إلا تطبيق للخاسرين وغي
اللائقين اجتماعيًا. وبحسب موظَّف سابق لدى تيك توك: «كا
وضع تيك توك المبكِّر غير المقصود في الولايات المتحدة في
الواقع كرينج. كان التطبيق يعاني مشكلةً مروِّعة في صورت
لدى الناس. كان يُنظر إليه على نطاق واسع على أنه فقط لغي
الأسوياء والأطفال الذين يصنعون مقاطع فيديو يحاكون فيه
الأغاني بشفاههم Lip-syncing»[1].

كانت الحملة الإعلانية الضخمة سلاحًا ذا حدَّين إذَنْ، فقد استمر
تدفُّق المراهقين بشكل غير مسبوق إلى تيك توك، بينما كان الناس
الكبيرة يخشون وينسحبون من التطبيق لأنهم لم يجدوا جمهورًا لائق
ولا محتوى مناسبًا لهم. يقول الصحافي ماتتيو برينان إن تيك توك
في 2019 كان «لعبة، من الصعب أن يؤخذ على محمل الجدِّ»[2].

(1) Brennan, Attention Factory.

(2) Ibid.

لكن مع قدوم جائحة كوفيد-19، بدا وكأن كل شيء على

وشك التغيير.

## قبلة الحياة: كوفيد- 19

***«زهانغ ييمينغ هو رجل الأعمال الريادي الأول في العالم بكل المقاييس الممكنة»***

***مجلة Time الأمريكية، 2019***

في عام 2020 فرضت العديد من حكومات الدول حالة إغلاق عامٌ تضمَّنت فرض حظر تجوُّل على المواطنين وإغلاق بعض المنشآت الخاصَّة والعامة وعلى رأسها الأماكن الترفيهية مثل قاعات السينما الحدائق والمتنزَّهات، كما تحوّلت العديد من الشركات من نمط الدوام في مقرّ الشركة إلى نمط العمل عن بُعد، أو لجأت إلى فصل الموظّفين بالكلية

تسبَّبت هذه الإجراءات في حصار المواطنين في بيوتهم بين أربعة جدران معظم ساعات يومهم، فتضاعفت أوقات الفراغ في تلك الفترة كما تضاعف معها الملل، واضطرّ الناس إلى البحث عن وسائل للتسلية وتضييع الوقت على الإنترنت، ومن بين جميع منصات وسائل التواصل الاجتماعي كان تيك توك هو الملاذ الأوفر حظًّا.

تميَّز تيك توك بأنه تطبيق خفيف وظريف، مصمَّم أساسًا للبهجة والمرح، ويعتمد على الفيديو بشكل أساسي في نشر محتواه، بعكس فيسبوك وتويتر اللذين اعتمدا على المحتوى المكتوب، وبعكس إنستاجرام الذي اعتمد على الصور.

بالإضافة إلى ذلك، تميَّز تيك توك عن سناب شات في أن الأول جع
مقاطع الفيديو عامَّة ومفتوحة. كان الناس يبحثون عن شيء للترفي
عن أنفسهم ولا يجدونه بسهولة على منصَّات مثل فيسبوك وتويتر. لق
كان تيك توك هو العلاج الأمثل للملل: فهناك دائمًا تحدٍّ جديد لمحاولت
أو روتين جديد للرقص يمكن محاكاته.

هناك سمة أخرى من سمات تيك توك جعلته التطبيق الأمثل للجائحة
فهو في الأساس يبدأ من غرفتك ومن أريكة منزلك، ولا يحتاج إلى قراء
كتب أو متابعة أخبار أو الخروج في الشارع، كان تيك توك يدور حو
البقاء في المنزل والتصوير.

**وهنا حدثت النقلة النوعية التي لم يستوعبها كثير من الناس
حتَّى اليوم: فالشباب أنفسهم الذين اعتادوا السخرية من تيك
توك أجروا نزوحًا جماعيًّا إليه مع جائحة كورونا. كان التطبيق
قبل كورونا «كرينجي» وسخيف، لكنه فجأة لم يَعُد كذلك.**

**هذه الأسباب أدَّت إلى أن الزيارات لتطبيق تيك توك في عا
2020 زادت بنسبة هائلة: 600% على مثلها في عام 2019
فيما زادت نسبة الزيارات لفيسبوك 3% فقط، وتويتر 36%
وإنستاجرام 43% في العام نفسه[1].**

وبعكس Musical.ly وDubsmash اللذين كان صعودهما المفاجي
سببًا في انهيارهما، كانت خوارزميات تيك توك متطوِّرة ومستعدَّة لتقبُّ
هذا التوسع المفاجئ، ففتحت مساحة لهؤلاء الوافدين الجدد. وفي أقل

---

(1) Rani Molla, Posting less, posting more, and tired of it all: How the pandemic has changed social media. Vox.

من عام واحد كان تيك توك منصّة مختلفة المحتوى، ولم تَعُد تقتصر على الرقص أو الغناء.

وحاليًا لم يَعُد تيك توك قاصرًا على المقاطع الصغيرة والضحك فحتّى اليوتيوبرز، والشركات الجديدة، وروّاد الأعمال، والسياسيين والمحامين، صاروا يصنعون أنواعًا مختلفة من المحتوى على تيك توك.

**والآن كان على العالم أن يواجه الحقيقة: لقد غيّر تيك توك وجه السوشيال ميديا والإنترنت بالكامل.**

في عالمنا العربي وحده، وبحلول أكتوبر 2023، بلغ عدد المستخدمين لتيك توك في مصر من البالغين 30.3 مليون مستخدم، وفي المملكة السعودية بلغ 35 مليون مستخدم، وفي العراق 30.6 مليون مستخدم، وفي الجزائر والمغرب والإمارات قرابة 10 ملايين مستخدم لكل منهم. لا تعكس هذه الأرقام عدد المواطنين وإنما عدد الحسابات الفعّالة.

لاحظ أن هؤلاء المستخدمين المسجّلين عمريًا أكبر من 18 عامًا، فالتطبيق لا ينشر أي إحصائيات حول عدد المستخدمين أقل من 18 عامًا، إلا أننا يمكننا الرجوع إلى إحدى الدراسات التي أشارت إلى أن 30% من مستخدمي تيك توك أقل من 18 عامًا، وهو ما يعني أن الأرقام قد تكون أكثر من ذلك بكثير[1].

يرى TikTok أعلى متوسّط للوقت المستغرق مقارنة بأي منصات أخرى، إذ يسجّل 55.8 دقيقة يوميًا، بينما يسجّل فيسبوك وإنستاجرام

---

(1) https://www.statista.com/statistics/1095186/tiktok-us-users-age/ مع الإشارة إلى أن الإحصائية المذكورة نُشرت في نسخة عام 2020 وليس 2022 المتوفرة حاليًا على الصفحة.

وسناب شات نحو 30 دقيقة يوميًا، أي أن تيك توك يبلغ ضعف عد
الدقائق المستهلكة تقريبًا، بحسب موقع Statista.

**وفي 2023 كان تيك توك يتربّع على عرش قائمة أكثر تطبيق حُمِّلَ عالميًا. فهو ينتشر في 150 دولة بـ 75 لغة، وحُمِّلَ مجملً 3 مليار مرّة.**

وفي ذروة نشاطه، يدخل على تيك توك مليار مستخدم فعال شهريًا وبالنسبة إلى مواضيعه، فإن أعلى مواضيع ووسوم (هاشتاجات) تمت مشاهدتها تتوزّع حسب التالي، وهذه القائمة مهمّة لفهم روح المنصة[1]

| الهاشتاج | عدد المشاهدات |
|---|---|
| كوميديا/فكاهة/ مضحك #Funny #Humor #Comedy | 4.1 تريليون |
| أنيمي #Anime | 1.4 تريليون |
| حب #Love | 1.4 تريليون |
| كرة القدم #Football | 1 تريليون |
| الرقص #Dance | 670 مليارًا |
| الطعام #Food | 620 مليارًا |
| فريق بي تي إس #BTS | 600 مليار |
| حزن #Sad | 600 مليار |
| ألعاب #Gaming | 500 مليار |
| التجميل والميك آب #Make Up | 500 مليار |
| كيوت #Cute | 490 مليارًا |
| المقالب #Prank | 480 مليارًا |
| التصميم والديكور المنزلي #DIY | 365 مليارًا |

(1) راجعت هذه الأرقام شخصيًا في سبتمبر 2023م.

كانت هذه هي القصة المختصرة لتيك توك منذ ولادته إلى التطبيق رقم 1 في العالم، وحاولت قدر وسعي أن أبسّط للقارئ كيف غيَّر هذا التطبيق مشهد الإنترنت بشكل كامل، والآن حان الوقت لمعرفة كيف يتلاعب التطبيق بنا من أجل جذب انتباهنا، ولماذا يجد الناس -كبارًا وصغارًا- هذا التطبيق مسليًا للغاية إلى حدِّ الإدمان؟ وما هي الجوانب المفيدة وما هي الجوانب المضرة في التطبيق؟




الفصل الثاني:
كيف تخلص تيك
توك من عقدة الرقص
الملازمة له؟



«في عالم التيك توك، أنت لا تدري تحديدًا لماذا تشاهد ما تشاهده الآن»[1].

- أنكور ثكار، مدير المحتوى السابق بتطبيق Vine

تجاوز نجاح تيك توك حدود الصين وصار ظاهرة رقمية أجبرت الإنترنت بأكمله والعديد من الصناعات حول العالم، وعلى رأسها صناعات الموسيقى والرقص والتسويق الإلكتروني والسوشيال ميديا، على تبنِّي نمطه في الترفيه والعرض، فيما سمي بـ «تكتكة» Tiktokification الإنترنت.

حاول موقع فيسبوك منافسة هذا التنين الصيني الصاعد، فأطلق تطبيق Lasso لمنافسة تيك توك ومواكبة التوجُّه الجديد لجيل المراهقين بإجراء فيديوهات تتمحور حول المدد الصغيرة ومحاكاة الأغاني، لكنه فشل فشلًا ذريعًا في ملاحقة تيك توك ولم ينتشر التطبيق بأي طريقة تُذكر (تمامًا كما فشل تطبيق Threads الذي يحاول محاكاة تويتر)،

(1) John Herrman, How TikTok Is Rewriting the World. The New York Times.

وزاد الطين بلة عندما سُرِّبَ تسجيل صوتي لمارك زوكربيرج في أكتوبر 2019م وهو يشرح لموظفيه «خطّة الهجوم» لمواجهة تطبيق تيك توك الجديد[1]، دون أي نجاح يذكر في التصدِّي له.

ومنذ عام 2020، بعدما فرض تيك توك نجاحه عالميًّا، بدأ التحوُّل الجمعي للتطبيقات: اخترع إنستاجرام فكرة الريلز Reels، ثمَّ تبعه فيسبوك لاحقًا، وفتح تويتر نافذة For You والتي تحاكي واجهة تيك توك بالضبط، كما ابتدع يوتيوب فكرة الشورتس Shorts، وطوَّر سناب شات فكرة Spotlight التي تعتبر استنساخًا لتيك توك.

وحتَّى منصَّة Spotify للموسيقى فتحت نافذة جديدة شبيهة بالتيك توك، وكذلك تطبيق Tumblr فتح واجهة تحاكي تيك توك، ومثله منتدى Reddit أنشأ واجهة شبيهة بتيك توك، أمَّا موقع أمازون فقد أطلق هو الآخر واجهة Inspire للتسويق الإلكتروني محاكيًا نمط تيك توك بالضبط هو الآخر.

بل حتَّى تطبيق فيسبوك نفسه، الذي أُنشئ أساسًا للتواصل مع الأصدقاء والعائلة، صار يستبعد بوستات الأصدقاء والعائلة والناس الذين تتابعهم، وفي المقابل يرشِّح لك صفحات لا علاقة لك بها وأغلب محتواها ترفيهي و«كوميدي»، وهذا الأمر راجع إلى محاكاة فيسبوك لتيك توك، فقد أعلن زوكربيرج في 2022 أن فيسبوك سيتخلَّى عن نموذجه الأصلي المتمحور حول الأصدقاء والعائلة وسيقترب من نموذج تيك توك، أي دعم المحتوى الترفيهي وأصحاب المحتوى الكوميدي.

(1) Casey Newton. Transcript of Mark Zuckerberg's Leaked Internal Facebook Meetings. The Verge.

هذا السباق المجنون لتقليد تيك توك ليس وليد الفراغ، فنجاح التطبيق كان منقطع النظير. لكن من اللافت أنه في ذلك الوقت، أعني في بدايات نجاح تيك توك، كان نجاح تيك توك شبه الوحيد منحصرًا في المحتوى الغنائي و«الكرينجي». فما هو هذا الكرينج؟ كيف حاز كل هذا الانتشار العالمي الذي دفع كبرى المنصات إلى محاكاته؟

## فيديوهات الفشل Fail Videos

عندما يسير أحدنا في الطريق، ثمَّ تقع عينه على حادثة مرورية مؤسفة، فإن عينه تنجذب لا إراديًا إلى تفاصيل الحادثة؛ يحدِّق إلى آثار الارتطام، في بقع الدماء، في بقايا الحطام، في تخبُّط الناس فيما يفعلون، هذا أمر لا غرابة فيه. لكن عندما تُصوَّر هذه الحادثة ثمَّ تُنشر على السوشيال ميديا تحت عنوان: «ممنوع لذوي القلوب الضعيفة»، فإن هذا الأمر في الحقيقة يزيد من رغبتنا في مشاهدة الحادثة ورؤية المقطع المصوَّر، حتَّى لو لم نشهد الحادثة ولا علاقة لنا بها، أليس كذلك؟

يقارن بعض علماء النفس بين انجذابنا للنظر إلى الحوادث المرورية وبين صنف معيَّن من أصناف الفيديوهات المضحكة على السوشيال وميديا وهو ما يسمَّى فيديوهات الفشل Fail Videos، حيث تعرض تلك المقاطع -مثلًا- شابًا أوروبيًا يتقدَّم لفتاة وسط العامة وينحني على ركبته ثمَّ يتعرَّض للرفض القاطع منها، أو طالب تخرَّج لتوِّه من الجامعة وهو في حفل تخرجه متباهيًا فخورًا ثمَّ يتعثَّر في سُلَّم الصعود إلى المسرح ويقع على وجهه فيضحك الجمهور عليه، أو طفل

مشاغب يأكل من طبقه في مأدبة واسعة ثمَّ فجأة يلقي بالطعام على أمِّه فتتلطَّخ ملابسها بالطعام أمام الضيوف.

في هذه الفيديوهات نشعر غالبًا بشعورين مختلفين، الأول هو الأسى على ما حدث لأنه أمر محرج ومثير للعار أحيانًا، والثاني هو الضحك من كيفية خرج الأمر عن السيطرة وحدث هذا الفشل للشخص المسكين. وهذا هو المشترك بين الحادثة التي تنظر إليها على الطريق وبين فيديوهات الفشل: خروج الأمر عن النظام وعمَّا ينبغي أن يكون، الأولى تثير الحزن، والثانية تستدعي الضحك.

إن ردَّ فعلنا على الأشخاص الذين يحرجون أنفسهم يرجع إلى تأقلم أدمغتنا مع الوضع الاجتماعي، فنحن تعلَّمنا من ثقافتنا ومن مجتمعنا أن نتحكَّم في سلوكياتنا وأخلاقنا بطريقة معيَّنة ولا نحب أن نخالفها حتَّى لا نضع أنفسنا في موقف اجتماعي حرج يثير الارتباك والتوتُّر، إلى حدٍّ أن بعض علماء النفس قد قارنوا بين الألم الجسدي والألم النفسي الناتج عن الإحراج، وزعموا أن الألم النفسي جرَّاء التوتُّر والقلق أكثر ألمًا من الألم الجسدي[1].

عبر هذا الباب كانت الـ Fail Videos معلم رئيسي من معالم الإنترنت منذ نشأته وانتشرت في بداية الألفيات انتشارًا واسعًا، نضحك عليها لأنها مقاطع محرجة خرجت فيها الأمور عن السيطرة، ولكن في السنوات الأخيرة ظهر نوع جديد من الكوميديا، نوع تطوَّر من فيديوهات الفشل فاستخرج الضحك من قلب شعور الإحراج والخزي بشكل أعمق:

---

(1) Kirsten Weir, The Pain of Social Rejection. APA.

إنه كوميديا الكرينج/الإحراج Cringe Comedy، والذي ساهمت بعض
الأفلام (مثل Borat الجزءين الأول 2006 والثاني 2020) وكذلك بعض
المسلسلات مثل The Office الأمريكي (بمواسمه التسعة 2005-
2013) في ترسيخ وجوده، ثمَّ حدثت له النقلة النوعية مع ميوزيكلي
ثمَّ تيك توك.

والحقيقة أنه منذ ظهوره كان وصف تيك توك بالكرينج ملازمًا له
في كل مكان ومنتدى، لكن حقيقة الأمر أنه حاليًا -في عام 2024- فقد
تجاوز تيك توك محتوى الكرينج، والآن صار تطبيقًا لكل شيء تقريبًا
وجدير بالذكر أنه في عام 2022 أطلق تيك توك خدمة المتجر، وهي
خدمة سوق إلكترونية تُعرض فيها المنتجات من قِبَل صانعي المحتوى
وبيعها للمشاهدين، تمامًا كأي متجر إلكتروني آخر.

والآن سأبدأ بعرض مفهوم المحتوى الكرينج، وما تبعه من أنواع
محتوى، بعضها لا يقلُّ سخافة عن الكرينج وبعضها نافع للغاية بل
ومُدِرٌّ للمال إلى حدِّ أنه «فتح بيوت» الكثير من الشركات والمستخدمين

## ما هو الكرينج؟

تصف الكاتبة الفلسطينية يارا نحلة الكرينج قائلة: «هو ما يجمع مروحة واسعة من الموضوعات وصيغ المحتوى تحت مظلة الكرينج هو بالدرجة الأولى الابتذال وتجاوز الخطوط الحُمر للسلوك المقبول اجتماعيًا. يتسم هذا المحتوى بنوع من العبثية التي يصعب معها تحديد ما إذا كان جديًّا أم ساخرًا، فيجد المشاهد نفسه أمام سؤال جوهري: هل صاحب المحتوى مدرك لعبثية المشهد الذي يصنعه؟ الإجابة يمكن أن تذهب في الاتجاهين.

ففي سعيهم المحموم إلى لفت الأنظار في الإنترنت، يفقد البعض القدرة على التمييز بين المحتوى المقبول والمحتوى المثير للسخرية. أمّا البعض الآخر، فيدرك بالفعل عبثية المشهد أو تفاهته، لكنه يختار عن وعي لعب دور المهرّج»[1].

الكرينج إذَنْ عند مشاهدته ينقل إلينا شعورًا بالانزعاج أو الإحراج للشخص، لا أعني الإحراج بمعنى الخجل وإنما بمعنى النفور والعار، هو محتوى يجعلنا نغيّر ملامح وجوهنا إلى الاشمئزاز أو التأفُّف، وأحيانًا الشفقة. صحيح أنه لا يوجد ترجمة للغة العربية لكلمة Cringe، لكن في اللهجات العامية يمكننا نجد كلمات مقاربة لها في العامية اللبنانية والمصرية وغيرهما من اللهجات، مثل: السماجة، السّآلة، الجلاخة، أو الزناخة.

(1) يارا نحلة، «اللبناني زنخ والمصري كوميدي».. فن «الكرينج» للتعذيب بالنكات. صحيفة المدن.

قديمًا، قبل تيك توك، كان هذا النوع من الكوميديا مقصورًا على
شاشة التلفاز أو قاعات السينما، لكن عبر تيك توك، انتقل الكرينج إلى
ممارسة بيد الجميع ولم تَعُد مقصورة على فئة معيَّنة من الممثِّلين
صار الجميع باستطاعته أن ينشئ هذا النوع من المحتوى. وبينما كان
الكرينج مصمَّمًا أساسًا للكوميديا، إلا أنه الآن صار نمطًا عاديًّا في كثير
من المقاطع. ولم يَعُد يراه الشباب والفتيات سخيفًا أو مثيرًا للضحك
أو الإحراج.

وهذا يعني أن محتوى الكرينج لم يَعُد متعلِّقًا بمواقف محرجة
فحسب وإنما امتدَّ ليشمل نوعية محتوى مستقلٌ بذاته، فمن مقاطع
تصوِّر لك كيف تقلي حبَّات الفشار على رأس إنسان، إلى مسابقة مَن
يتفوَّق على نفسه في الكرينج وإحراج نفسه أمام الكاميرا أكثر من
الآخر، إلى شباب يؤدُّون حركات رقص بهلوانية مع فلاتر تحوِّلهم
إلى دمى أكثر منهم بشر، إلى فتيات تقلِّدن أصوات الأنمي وأشكالها
بشكل يمكننا وصفه بالإسفاف، إلى شباب يدهنون أنفسهم بالدقيق أو
بالصلصة ثمَّ يقولون إن «طعمهم لذيذ»، أصبح محتوى الكرينج من
أقوى المحتويات على تيك توك، بل صار سمة أساسية لصيقة بالتطبيق
منذ بدء إطلاقه دوليًّا في 2018[1].

(1) في وقت كتابة هذه الأسطر، حصل هاشتاج #Cringe على 50 مليار مشاهدة على تيك توك وحده، هذه غير مئات الآلاف من المقاطع المشابهة على يوتيوب وإنستاجرام، وعلى تيك توك نفسه، والتي حصدت مليارات المشاهدات الأخرى.

ربما يقول أحدهم: حسنًا، المحتوى الكرينجي سخيف وردي؛ لكن ما المشكلة في ذلك؟ هُم أصحاب محتوى ولهم جمهور يتابعهم ويحبهم فلماذا نستنكر عليهم هذا المحتوى؟

سنجاوب على هذا الأمر بعد قليل، لكن حتَّى نستوعب كيف تطوَّر نمط الكرينج على تيك توك، فعلينا أن ندرك أن الموضوع تطوَّر من تصوير الذات وهي تؤدِّي بعض حركات الرقص إلى إحراج الآخرين وربما إيذائهم، وكله تحت عنوان الضحك والمحتوى الكوميدي، لنرى مثلًا أحد ألوان المحتوى الأساسي على تيك توك: التحدِّيات Challenges.

## أين تنتهي التحدِّيات؟

في إحدى سنوات تعليمي المدرسي، ربما في عام 2008م تقريبًا، كنت طالبًا مشاغبًا في مدرستي ومراهقًا في الوقت ذاته أسعى -كما يسعى غالب المراهقين- إلى جذب الانتباه والظهور بمظهر الشاب المختلف والفريد من نوعه «العيل الروش» في مدرستي. وفي إحدى الأيام جاءت لي فرصة لإثبات مدى «روشنتي» عندما خرجت من فصولي الدراسية في وقت الفسحة وقابلت مجموعة من أصدقائي، ثم أخبروني عن تلك الحيلة التي سمعوها من زملاء آخرين حيث يمكنك من خلالها إدخال نفسك في حالة من الإغماء، إلا أنها لا تنفع لذوي القلوب الضعيفة.

تحمَّست فورًا لتجربة هذه الأسطورة، ترى هل يمكنني إثبات نفسي فعلًا؟ هل سأستطيع إظهار قوة تحمُّلي وتميُّزي أمام أصدقائي؟ ما هي

مخاطر هذه الحركة؟ ماذا لو توقَّف تنفُّسي تمامًا وانقطع عنِّي الهواء؟ هل سأموت منتحرًا إذَنْ؟

جالت هذه الأسئلة بخاطري قليلًا فتردَّدت في البداية على تجربة الحركة، ثم لما سمعت عن روتين إجراء الحركة لم أستشعر خطورة الأمر: فطبقًا للأسطورة (حينها كان الكلام عبر الفم Word of Mouth والتناقل الشفهي هو الطريقة الأساسية لنقل الأخبار بين الفصول والمدارس، كان استخدام السوشيال ميديا قليلًا في تلك الفترة) سأجثو على ركبتيَّ وأقعد على الأرض، وبعدها سأستنشق الهواء وأتنفَّس سريعًا، وسأحرص على أن يكون زفيري وشهيقي بأسرع حالة ممكنة، ثمَّ فجأة سأكتم نفسي وأملأ فمي بالهواء وأضع يدي على أنفي وفمي، ثمَّ سأقوم على قدميَّ سريعًا وأقف بأسرع قوة ممكنة.

فعلت كما أُرشِدتُ، جلست وشهقت وزفرت ثمَّ قمت، وفي اللحظة التي قمت فيها من وضعية الجلوس دخلت بالفعل في حالة إغماء وغفوت فورًا، ثمَّ فتحت عينيَّ ولم أشعر بنفسي إلا وأنا بين يدي أصدقائي وهُم ملتفُّون حولي، فأدركت أن التجربة نجحت (الحمد لله لم أُصَب بمكروه) وأني قد صرت «أروش» طالب في الفصل والمدرسة.

لكن نظرًا لخطورة الأمر، وعدم وجود أي إشراف طبي، بالإضافة إلى حداثة سننا، اتفقنا معًا ألا نكرِّر مثل هذه التجربة، لأن عواقبها غير مأمونة ولا يمكن التنبُّؤ بها، لذا قرَّرنا ألا نتحدَّث عن هذا الأمر مرَّة ثانية، وعبر مدرستي كان الطلبة الذين أدُّوا هذه التجربة قليلي العدد لا يتعدَّى عددهم أصابع اليد الواحدة.

تمُرُّ الأيام والسنون، وفي عام 2021م ظهر لي محتوى معيَّن في
تيك توك وهو تحدِّي التعتيم Blackout Challenge، والتحدِّي هو
نوع من المحتوى يسري كترند على تيك توك، ويحاول الناس تقليده
أو محاكاته. رأيت تحدِّي التعتيم وأعادني بذاكرتي إلى 13 عامًا إلى
الوراء، عندما كنت مراهقًا وجرَّبت التحدِّي نفسه قديمًا.

لكني أدركت أنه في هذه المرَّة لم يكن هناك قدرة على كتم الموضوع
أو إخفائه، بل بالعكس، كان مَن يقوم بهذا التحدِّي يحصد عددًا كبيرًا من
الإعجابات والمشاهدات، والجميع يشجِّع الجميع على تجربته، وهكذا
كانت تجربة الإغماء تُكافَأ بالمشاهدات والإعجابات، ولم يَعُد هناك سبيل
لحصارها أو تحجيم وصولها إلى الشباب والفتيات.

وكما هو متوقَّع، كانت خطورة التجربة بمكان إلى حدِّ أنها لم تتسبَّب
في إغماءات حقيقية فحسب وإنما أودت بحياة الكثير من الشباب
والفتيات، ولَقِيَ عشرات الأشخاص حتفهم بسبب المشكلات الصحية
التي حدثت جرَّاء تجربتهم لهذا التحدِّي. ومن ضمن هؤلاء الضحايا
فتاة إيطالية تبلغ من العمر 10 أعوام[1].

وفي عام 2022 أعلن تيك توك أنه سيحظر وصول المستخدمين
إلى محتوى متعلِّق بتحدِّي التعتيم، لكن بالطبع لا يمكن حصار المسألة
بالكلية، وبحلول عام 2023 كان التحدِّي لا يزال جاريًا على بعض

(1) Olivia Carville, TikTok's Viral Challenges Keep Luring Young Kids to Their Deaths. Bloomberg.

وسائل التواصل ويحصد مزيدًا من الأرواح، وبحسب تقارير نشرت في ديسمبر 2022، تسبَّب هذا التحدِّي وحده في 15 إلى 20 وفاة[1].

تحدِّي التعتيم ليس التحدِّي الوحيد الذي تسبَّب في مشكلات صحِّيَّة. هل تتذكَّرون مثلًا تحدِّي Kiki Challenge أو InMyFeelingsChallenge#؟ قام هذا التحدِّي في 2018 على أن الشخص كان يصوِّر نفسه وهو يقود سيارة ببطء، ثمَّ يفتح الباب ويخرج من السيارة في أثناء سيرها، ثمَّ يقوم ببعض حركات الرقص في الشارع والسيارة مستمرَّة في طريقها، ثمَّ يركب السيارة بعدما ينتهي من وصلة رقصه.

كان التحدِّي عجيبًا في عشوائيته وخطورته، ورغم ذلك وصل إلى قطاعات واسعة جدًّا من المستخدمين، وكما هو متوقَّع تسبَّب هذا التحدِّي في العديد من الإصابات، ومن أخطرها ما حدث للفتاة الأمريكية Anna Worden حيث تعثَّرت قدمها في أثناء خروجها من السيارة وهي تتحرَّك، فرقدت في المشفى وهي تعاني كسرًا في الجمجمة وجلطات دموية في أذنيها ونزيفًا في دماغها.

هناك تحدِّيات أكثر خطورة (وأكثر بلاهة) مثل تحدِّي عقار بينادريل Benadryl Challenge حيث يتناول الشخص كمِّيَّات كبيرة من هذا العقار المضاد للحساسية من أجل الدخول في حالة هلوسة، وقد مات بسببه ولد عمره 13 عامًا في 2023 وفتاة عمرها 15 عامًا في 2020.

(1) Alisha Sarkar, TikTok's 'blackout' challenge linked to deaths of 20 children in 18 months. Independent.

تحدٍّ آخر هو تحدّي قاذف اللهب حيث يقوم الشخص بإيقاد ولاعة أمام عبوّة رشٍّ/بخّاخ لتخرج ذيلًا من اللهب. بالطبع عانى أحد الشباب حروقًا بسبب التحدّي واضطرَّ إلى ملازمة المشفى لستّة أشهر بعدما أحرق 80% من جسده في 2023.

بالمناسبة قامت Humaira Asghar وهي فتاة من باكستان -لديها 11 مليون متابع- بتصوير نفسها وهي تمشي بفستان فضّي أمام حريق بإحدى الغابات تحت عنوان «النار تشتعل في أي مكان أذهب إليه». أغلق تيك توك حسابها لكن هذا لم يمنع صانع محتوى باكستاني آخر من إشعال حريق بنفسه في إحدى الغابات فعليًا.

التحدّيات الغريبة الأخرى تشمل: طبخ الدجاج بدواء للزكام، وضع العملات على قابس الكهرباء لإحداث شرارة، تناول كمّيّة هائلة من ملح الطعام، دهان شعر الرأس بصمغ شديد القوة (احتاج بعضهم إلى عمليات جراحية لإزالته)، حَكّ الأسنان بملف الأظفار، دهان الفم والشفاه بكريم يساعد على الانتصاب من أجل نفخ الشفاه، وأخيرًا: هناك تحدٍّ يقوم على وضع كمّيّة من الحليب ورقائق الذُّرة في فم شخص وهو يميل برأسه إلى الوراء دون أن يبلع ما في فمه، ثم يقوم شخص آخر بأخذ ملعقة وشرب الحليب والرقائق من فم الشخص الآخر.

التحدّيات العجيبة والمؤذية لا تنتهي، وبحسب موقع TikTokDeath فإنه بحلول ديسمبر 2023م تسبّب تيك توك في 120 وفاة مسجّلة حول العالم، ثلثهم بسبب التحدّيات.

بالطبع ليست كل التحدّيات مُضِرَّة، هناك تحديات أكثر طبيعية وأقل خطورة، بل هذا هو الغالب عليها، لكن ما ذكرته كفيل بأن يثبت لنا أن آفاق التحدّيات على تيك توك لا مبدأ لها ولا عقل، وتحمل في طيَّاتها كل ألوان الضرر الممكنة، هناك تحدّيات تقوم على السرقة، وعلى اقتحام البيوت، وغير ذلك.

ولكي نفهم كيف تطوّر محتوى تيك توك الكرينج الأصلي في 2018م من مجرّد الرقص والغناء أمام الكاميرا إلى هذه التحدّيات التي تثير الغثيان أحيانًا والتعجُّب أحيانًا أخرى، علينا أن نفهم كيف أثّر الكرينج في عقلية المستخدمين، وكيف كان الكرينج بوابة إلى تحوُّلات نفسية عميقة لدى مستخدمي تيك توك، وصلت إلى ابتلاعهم مساحيق الغسيل بأنفسهم دون إكراه.

## تحذير: الكرينج ضارٌ بالصحّة وقد يسبّب الوفاة

***«أهمُّ شيء يجب فهمه حول TikTok هو أنه فوضوي: ليس له منطق داخلي أو مبدأ توجيهي».***

*الصحفية البريطانية سيرين كال*[1]

قد يقول قائل إن المحتوى الكرينج -ما لم يشمل ضررًا لأحد- فإنه مقبول ولا بأس منه، فبالأخير ما الذي سيضير المستخدم أن يشاهد أو يصنع مقاطع فيديو ممتلئة بالمقاطع المحرجة و/أو المضحكة؟

إن مشكلة الكرينج الأساسية، عندما يكون روحًا للمنصّة، تكمن في أنه يهبط باحتياجاتنا وقيمنا إلى مستوى أدنى، وهذا الأمر يدركه مطوّرو تيك توك جيدًا، كما أوضح ذلك جاو هان، أحد كبار مصمّمي واجهة المستخدم والموظّف رقم 22 في شركة ByteDance المالكة لتيك توك: «يجب أن نواجه حقيقة أن 96% من الأشخاص، احتياجاتهم مبتذلة للغاية»[2].

ولذلك لا يهتمُّ تيك توك بتبعات الكرينج وإنما يعمل على مكافأة مَن يصوِّره ويتفاعل معه، لأن هذا يعني مزيدًا من البيانات للتطبيق وبالتالي مزيدًا من الربح، تيك توك يشجّع الناس على جذب الانتباه بأي وسيلة ضرورية – حتّى لو كان ذلك يعني التصرُّف بغباء أو خطورة.

---

(1) Sirin Kale, How coronavirus helped TikTok find its voice. The Guardian.

(2) Walker, TikTok Boom.

بل إن تيك توك لديه لعبة خطيرة، وهو أنه يروِّج مقاطع الفيديو
الأولى الخاصّة بالمستخدمين الجدد مهما كان محتواهم كرينجي، مقّ
يمنحهم القليل من الاهتمام والشهرة. وكلما كان الشيء أكثر جنونًا
حتّى لو كان يستدعي مشاعر سلبية مثل الغضب أو التذمُّر، جذب
المزيد من الاهتمام وازدادت مشاركته والتفاعل معه.

هذا هو السبب في أن لدينا أشخاصًا يقومون بأشياء لا توصف إلا
بأنها قمّة في السخافة، وأحيانًا السفاهة، لا لشيء إلا لجذب الانتباه.
حتّى مفهوم الجنون نفسه صار مسلّعًا، خُذ عندك الكهل الأمريكي جو
ألينجتون، المشهور بـ GrandDad Joe، ولديه 7 مليون متابع على
تيك توك، يقول: «أنا أستمتع بوضع المكياج، وارتداء الملابس، وجعل
الناس يضحكون عليّ كالأحمق»[1]. ترى لو كان المحتوى الكرينجي
غير محبّذ في خوارزميات المنصّة هل كان سيجرؤ هذا الكهل على
التفوُّه بمثل هذا الهراء؟

ما الذي يدفع أحد أشهر اليوتيوبرز المصريين إلى تصوير نفسه مع
زوجته وهُما داخل غرفة العمليات لإجراء ولادة للزوجة؟ كيف يرضى
إنسان عاقل أن يقوم بتصوير زوجته وهي خارجة للتوّ من عملية
الولادة، عشرة مقاطع كاملة، بل ويصوِّرها وهي يأتيها خبر موت أبيها
للتوّ، فتبدأ الفتاة بالبكاء ثمّ يوجِّه الكاميرا إلى وجهها حتّى تكاد تلتصق
بالوجه فيسألها: ما هو شعورك الآن بعد موت والدك؟

(1) Ibid.

لقد صار المحتوى المثير للحرج والمثير للسخرية عاديًّا بفضل تيك توك، وقد خسرنا من قيمنا الكثير وزالت الحواجز بين ما هو صحيح وما هو خطأ بسبب هذا الأمر. وهو ما يؤكّده عالم الأعصاب دين برنيت في كتابه (الجهل الشعوري: المفقود والموجود في علم المشاعر) قائلًا بأن الكرينج هو في الأساس آلية لردعنا عن التصرُّف بطرق تخاطر ببقائنا، فنحن نؤمن بداخلنا أن الحكم السلبي على الأشياء يشكِّل تهديدًا لنا وبالتالي نتجنّبه[1]. لذلك عندما نشاهد بعض مقاطع تيك توك ونشعر بالكرينج، فإن أجسامنا تخبرنا أن نتجنَّب هذه المواقف وإلا فإننا نخاطر بأن نصبح معزولين اجتماعيًا أو سائرين في طريق خطأ. فما الذي يحدث عندما يزال هذا الشعور بالحرج؟

تيك توك يجيبك. فكلما كان المحتوى المقدَّم على تيك توك أكثر إغراءً على المستوى الجنسي، أو أكثر إثارة على المستوى الشعوري، وكلما زادت تفاهته أو غرابته أو إثارته، زاد الإقبال على صاحب الفيديو وحصد المزيد والمزيد من الإعجابات والرسائل. هذا السباق اللانهائي نحو حصد الإعجابات جعل الإبداع في الجنون عاديًّا في هذا الموقع، يبدو الأمر كتسونامي من الهستيريا لا يمكن ردعه.

فما الذي يدفع أحد المراهقين إلى الغناء راقصًا وهو يمسك المصحف ويجلس في مسجد؟ وما هو مبرِّر قيام إحدى الفتيات بالرقص في أثناء صلاة العيد وتصوير نفسها في هذه اللحظة؟ وما

(1) Dean Burnett, Emotional Ignorance: Lost and found in the science of emotion, London: Guardian Faber Publishing, 2023.

الذي كان يدور بخاطر شاب صوَّر نفسه بجانب قطار حتَّى صدمه القطار وكاد أن يموت؟

منذ أيام شاهدت أحد صناع المحتوى العرب على تيك توك، كان حسابه مكتظًا بمئات الفيديوهات التي قام فيها بمقاطع تمثيلية مع صديقه، لكن جُلَّهم لم يتجاوز مشاهدتهم 10.000 مشاهدة، ثمَّ قام هذا الشاب مع صديقه بتصوير نفسيهما ووجهاهما مرسوم عليهما رسومات تجعلهما يشبهان الكلاب، وكان المقطع مدَّته 30 ثانية تقريبًا ولا يقومان فيه بشيء سوى النباح والجلوس كما يجلس الكلاب. حصد الفيديو مليونَيْ مشاهدة، وتدفَّق المتابعون على حسابه، وخرج هذا الشاب بعد فترة ليعلن اعتذاره وحذفه للفيديو، لكن بالطبع بعدما كان حقَّق المقصود منه. لقد استطاع فيديو واحد أن يحقِّق ما لم يحقِّقه مئات المقاطع.

تيك توك إذَنْ -كسائر السوشيال ميديا- لا علاقة له بالقيم ولا بالمبادئ، لا يقيم وزنًا للخطأ والصواب، ولكن الفارق بين تيك توك وسائر وسائل التواصل أنها أحدثت نقلة نوعية في المحتوى الكرينج وما كنا نعتبره مخجلًا أو مثيرًا للشفقة منذ سنوات قليلة، لم يَعُد كذلك بفضل تيك توك، وإنما صار يتمحور حول الفيديوهات فحسب، «ففي جوهره تعتبر منصَّة تيك توك مصنعًا كبيرًا للميمز، لا هدف للبشر عليها سوى تقديم المحتوى الجيد، والمحتوى الجيد هو كل ما يُشارَك ويُشاهَد ملايين المرَّات»[1].

(1) Jia Tolentino, How TikTok Holds Our Attention. The New Yorker.

## تيك توك ومتلازمة FOMO

في أثناء إحدى مقابلاتي مع أحد التيكتوكرز صغار السنّ (تحدي كان يبلغ من العمر 12 عامًا) أخبرني هذا الشاب أنه من كثرة تداو تيك توك داخل مدرسته، صار المدرِّسون يقومون بتصوير مقاط مع الأطفال بشكل مشترك. ثمّ أقسم لي إنه شاهد في مدرسته معلّ متزوّجة ولها ولدان (أعطاني هذه المعلومة دون أن أسأله عنها، وهو يبيِّن استغرابه من الحدث) ومنتقبة أيضًا، وتقوم بالـ «تعقيب» مع أح الطلاب في مقطع مصوَّر لتيك توك.

توقّفت لأسأله ما هو هذا التعقيب؟ هل كان يقصد أنه هناك مسأ علمية شرحتها المدرسة فعلّق عليها الطالب وقامت المعلّمة بالتعقي عليه؟

ضحك الطالب على جهلي بالتعقيب وأخبرني أنه لون من «الرقص على المهرجانات»، والمهرجانات هذه هي لون من الأغاني الشعبي المصرية. يكمل الطالب شرحه قائلًا إنه في خلال التعقيب يقوم عل النزول بالجسد على إحدى الرِجلين أو كلتيهما، ثمّ الصعود مرّة أخرى بسرعة، وهلمّ جرًّا، مع بعض التلويحات والحركات باليدين. فلما شر لي مشكورًا وشاهدت بعض المقاطع لهذا اللون من الرقص، سألت كيف لمعلّمة ذات هيبة المعلّمين ووقار المنتقبات وحكمة كبار السنّ أن تقوم بهذا الرقص أمام الكاميرا؟ لم يَرُدّ الطالب جوابًا معيّنًا، واكتفى بقوله: «عادي، إنه تيك توك».

الأمر نفسه كان يتكرّر في معظم مقابلاتي التي أجريتها مع التيكتوكرز لهذا الكتاب، فقد كنت أسألهم عن بداية تحميلهم للتطبيق وما الذي دفعهم إلى تحميله. معظم الإجابات كانت تدور حول أن زملاء المدرسة أو الأصدقاء في الجامعة كانوا يستخدمون التطبيق ويتحدّثون عنه في أثناء أو بعد الحصص الدراسية، فلم يُرِد الشخص أن يشعر بالانعزال عن محيطه الاجتماعي فقرّر تحميل التطبيق. حتّى أولئك الذين كانوا يسمعون عن تيك توك أنه تطبيق للرقص والغناء والخلاعة لم يستطيعوا مقاومة الضغط الاجتماعي وقرّروا في نهاية المطاف تحميل التطبيق.

نحن بطبيعتنا كبشر نملك غريزة لحب الوجود في محيط اجتماعي آمن، وعندما ننتمي إلى محيط ما سنفعل ما بوسعنا حتّى نثبت انتماءنا إلى هذه الدائرة واندماجنا معها، لذا فعندما نشعر أننا منفصلون عن اهتمامات هذه الدائرة ولا نتابع مستجدّاتها، سنشعر بأننا فقدنا شيئًا قيّمًا أو أضعنا فرصة لا تعوّض، وربما نُصاب بالوحدة والاغتراب. هذا التحفيز الداخلي للاندماج وسط مجموعة ومتابعة مستجدّاتها باستمرار هو ما يسمّى في علم النفس بمتلازمة فومو FOMO أو Fear of Missing Out أو الخوف من فوات شيء.

يقول المدوّن المغربي ياسين برقاد: «تخاف أن يفوتك إعلان زواج صديقك أو فوات رحلة مع رفقائك أو خبر مختبئ بين طيّات صفحات هذه المواقع، تخاف من أن يفوتك حدث دون أن تتفاعل معه أو يمرّ خبر دون أن تعرفه أو ينتشر مقطع فيديو دون أن تشاهده أو صورة دون أن تراها، تتصفّح هاتفك بنهم وشراهة خوفًا من أن يفوتك شيء على

تطبيقات «السوشيال ميديا»، تتوه في هذا العالم، تمُرُّ الدقائق والساعات بل الأيام، فيمضي العمر، لا أنت حقّقت شيئًا يُذكر ولا استفدت من وقتك لنفسك ولا استمتعت بحياتك ولا عشت كما تحب ويحلو لك»[1].

قبل 2020، كانت متلازمة فومو تعني قراءة كل رسائل البريد الإلكترونية، وتفقُّد إشعارات الهاتف على مدار 24 ساعة، ومتابعة كل الترندات الممكنة لتويتر وإنستاجرام.

أمّا الآن، فبالنسبة إلى الشباب والفتيات، فإنه يبدو أن الناس كلهم يحظون بوقت ممتع ويرفّهون عن أنفسهم في عالم تيك توك، ولو وضعت نفسك مكان الطالب العادي في المدرسة ستفكّر غالبًا بالشكل التالي: بينما أنا منزوٍ في جانب مظلم لا ناقة لي ولا جمل في هذه الحفلة بينما كل زملائي يحتفلون ويمرحون على تيك توك، فما الذي يمنعني من المشاركة في هذه الحفلة؟ ألن تصاب بالقلق والخوف من العزلة والنبذ الاجتماعي إذا كنت تقابل زملاءك في الدراسة كل يوم فيتحدّثون في أمور تيك توك ويتناقشون حول تحدّيات تيك توك ويستخدمون مصطلحات وإفيهات و«ميمز» في كلامهم بينما أنت لا تشاركهم الحديث ولا تفهم ما يقولون أساسًا؟

يشرح أستاذ علم النفس الأمريكي جون الهاي أبعاد هذا التفكير قائلًا إنه يمثل ذروة متلازمة فومو، مضيفًا بأنها تقوم على صفتين أساسيتين: الأولى هي الخوف من أني مغيَّب عن تجارب ممتعة يخوضها أقراني من حولي، والثانية هي الرغبة المستمرّة في البقاء على تواصل

---

(1) ياسين برقاد، متلازمة FOMO.. خطر يداهم رواد مواقع التواصل الاجتماعي، مدوّنات الجزيرة.

مع شبكتي الاجتماعية [1]، فبالأخير لا أحد يريد أن يشعر بالوحدة والنب
من محيطه الاجتماعي، أليس كذلك؟

ويلعب تيك توك على هذا الوتر بشدّة، فتيك توك ليس هذا التطبيق
الذي تتركه على هاتفك لأيام دون أن تفتحه، ففي كل يوم هناك
هاشتاجات جديدة يمكنك استكشافها، وتحدّيات جديدة يمكنك تجربتها
وروتينات للرقص جديدة عليك أن تتعلّمها، وأغاني ينبغي أن تحفظها
تيك توك هو حفلة لا تتوقّف. لو تركت التطبيق مهملًا لأيام ربما تعو
كالغريب وسط أقرانك، ومن المحتمل أن يتعزّز بداخلك شعور القلق من
النبذ الاجتماعي.

ولعل هذا سبب أن إحدى الفتيات التي أجريت معها مقابلة للكتاب
ذكرت لي أنها قبل نومها تتفقّد عادةً تيك توك، وبينما تنازعها نفسه
على الدخول في النوم، إلا أنها تظل تسحب بإصبعها إلى الأعلى لمشاهد
المقاطع، تقول هذه الفتاة: «في كل مرّة قبل نومي أمضي نصف ساعة
على تيك توك ثمّ أسأل نفسي سؤالًا وجوديًا: ما الذي أفعله بنفسي؟
وأستغرب ممّا أفعله، ما هذا الصداع؟ بينما أريد النوم أجد نفسي جالسة
مع الناس في غرف نومهم، أو في دورة مياههم وهم يغسلون وجوههم
أو أخرج معهم إلى المطبخ وهُم يقولون Get ready لهذه الوصفة

(1) Elhai, J. D., Yang, H., & Montag, C.. (2021). Fear of missing out (FOMO): overview, theoretical underpinnings, and literature review on relations with severity of negative affectivity and problematic technology use. Brazilian Journal of Psychiatry, 43(2), 203–209.

أريد أن أشاهد كل هذه الفيديوهات، لكن في الوقت نفسه لا أريد، إنه
شعور غريب ومضحك».

## التمحور حول التكرار: «أشباه المشهورين» نموذجًا

في مباراة البرازيل وسويسرا بمونديال 2022، حدث هرجٌ ومرجٌ
مبالغ فيهما بالمدرجات البرازيلية. والسبب؟ النجم الأول للمنتخب
البرازيلي نيمار دا سيلفا ينزل فجأة بين جماهير السامبا ويقف بينهم
بأقراطه وأوشامه المعروفة ونظّارته الشمسية. يتدافع الجمهور لأخذ
صورة تذكارية معه، ومن المدرجات يراقب المشهد، على استعدادٍ
للتدخُّل عند اللزوم. لحظة سكون عابرة، وسؤالٌ بديهيٌّ يقفز إلى
الأذهان: ألم يخرج نيمار مصابًا في المباراة الماضية؟ ولن يشارك في
تلك المباراة؟ إذَنْ، مَن هذا الشخص؟

الحقيقة أن هذا لم يكن نيمار، وإنما كان إيغون أوليفيرا، شبيه
نيمار. في إحدى مقابلاته، قال أوليفيرا: «لقد غيَّر نيمار حياتي بشكل
ضخم، لقد أعطاني ملايين الفرص والإمكانات، لقد أتاح لي الذهاب إلى
أمكنة لم أحلم أن تطأها قدمي، وعرّفني بأناس، لم أحلم أن التقيهم».

يروي المدوِّن الكروي أيمن ربيع: «قصّة أوليفيرا تشبه تمامًا قصّة
المصري علاء الدين أحمد، كان أحمد شابًّا مصريًّا بسيطًا، أشار إليه
بعض الناس أنه يشبه نيمار. فلم يكذِّب خبرًا، وتقمَّص الشخصية بكل
حذافيرها، حتّى صارت مهنته أنه شبيه نجم كرة القدم، وعلى إثرها
طاف البلدان والقارّات، وتجوَّل في أرضية ملعب كأس العالم بحُرِّيَّة
تامَّة. من ثقب كوني فوق المرج، أحد أحياء القاهرة الشعبية، انبثق

«علاء الدين أحمد»، الذي وجد مصباحه السحري في الشبه الكبير بين
وبين نجم الكرة العالمية كليان مبابي. وبتعديل بسيط في قصَّة شعره
مع الزيِّ الكامل لنادي باريس سان جيرمان وأحيانًا المنتخب الفرنسي
تغيَّرت حياته إلى الأبد»[1].

في عالم اليوم صار أشباه النجوم والمشاهير يُدعون إلى الأفلا
والمباريات العالمية، لدينا الآن: شبيه أليسون، شبيه فان دايك، شبي
ناثان آكي، شبيه أرنولد، شبيه فينيسوس جونيور، شبيه ساديو ماني
حتَّى إن هناك أشباهًا لبيدري ورافينا ظهرت بالفعل. متى ظهر هؤلا
الأشباه؟ كيف صعدوا فجأة إلى عالم النجومية؟ والأهم: ما هو دور تيك
توك في هذا التحوُّل؟

بحسب دانيال كلوج الأستاذ في جامعة كارنيجي ميلون، ل
يُصَمَّم تيك توك ليكون شبكة اجتماعية، «إنه مصمَّم ليكون تطبيقً
يمنحك محتوى ترفيهيًّا»، ولذا فإنه يختلف كثيرًا عن مواقع التواصل
مثل فيسبوك وإنستاجرام، لكونه منصة غير مُصمَّمة بالأساس لتدعي
التواصل بين أفرادها بالتعليقات والنقاشات والرسائل، إنه مصمَّم لغاي
واحدة؛ وهي التكرار[2].

يؤكِّد كلوج إذن أن تيك توك ليس في المقام الأول مساحة اجتماعية
مثل فيسبوك أو تويتر أو إنستاجرام، حيث يعرِّف المستخدمون أنفسهم
من خلال المحادثة والتفاعل المرئي مع أصدقائهم ومعارفهم وزملائهم

(1) أيمن ربيع، ظاهرة أشباه اللاعبين: ماذا يعرف «مبابي» عن موقف المرج؟
إضاءات.

(2) Kaitlyn Tiffany, TikTok Has a Problem. The Atlantic.

ومشاهيرهم. صُمِّمَ تيك توك بدلًا من ذلك للتكرار. يتفاعل مستخدموه بشكل أكبر مع المحتوى الخاص بهم، ومع خوارزمية الموقع، أكثر من تفاعلهم مع بعضهم بعضًا.

هذا النمط من الانتشار يحتاج إلى عام وأكثر ليُحقِّق صانع محتوى آلاف المتابعين، أمّا خوارزمية التيك توك فشديدة الديمقراطية والإغراء. يمكنك أن تنشئ حسابك الليلة، وتصنع فيديو للتَّوّ، وستتولّى الخوارزمية إضافته للمقترحات for you، ولو نجحت نسختك المقلّدة من شيء بعينه في الانتشار، يمكنك أن تجاوز مليون مشاهدة في يومين.

هذا التكرار سيؤدي إلى نتيجة طبيعية: فبمجرّد أن يتجه المحتوى أو التريند حول شيء معيّن -أو شخص معيّن-، سيُنتَج المزيد من المحتوى من هذا النوع. فتيك توك لا يريدك أن تعلّق على فيديو شخص آخر، وإنما يريدك أن تصنع نسختك الخاصّة من الشيء نفسه. بعد ذلك، قد يشقُّ الإصدار الخاص بك طريقه إلى صفحة «For You» التي أُنشِئَت خوارزميًّا للمستخدمين الآخرين ليجد مقطعك نجاحه الخاص. هذه الحقيقة تعني أنه بإمكان أي مستخدم، بغضّ النظر عن مدى عدم شهرته، يمكنه أن يكون تريندًا في يوم من الأيام.

هذا الأمر يفسّر لنا لماذا يجتهد مستخدمو تيك توك في مواكبة أي تحدٍّ جديد أو وصلة رقص جديدة، لأن الجميع يحلم بالدقائق الخمس من الشهرة التي سينالها بفضل تيك توك.

وأحد أشكال هذه المواكبة هي الظاهرة التي يمكن أن نسمّيها «أشباه المشهورين» Celebrity look-alikes وهي ظاهرة عالمية لها

في كل دولة رموزها ومشهوروها. تقوم هذه الظاهرة على مبدأ بسيط للغاية: إذا كنت ممّن منحهم الله وجهًا يشبه وجه أحد نجوم الفن أو الأفلام، فيكفيك أن تظهر بوجهك على تيك توك لتحظى بشهرة فائقة في طرفة عين.

ما الفرق بين أشباه المشهورين الآن وأشباه المشهورين قديمًا؟ في ثمانينيات القرن الماضي كان نجم الممثّل المصري عادل إمام قد صعد في المشهد الإعلامي المصري، وفي المقابل كان هناك ممثّل مغمور لا يكاد يعرفه أحد اسمه نصر حمّاد، لم يكن يمتلك حمّاد شيئًا من الموهبة باستثناء تشابه ملامح وجهه مع ملامح وجه عادل إمام، وقرّر أن يعتمد على هذا التشابه لصناعة نجوميته الخاصة.

ورغم امتلاك «نصر حمّاد» للملامح ولغة الجسد اللازمة، والتي وصفها كثيرون بأنها سِرُّ تألُّق عادل إمام، لكنه بدا مثل تمثال بلا روح، تقليد مُثير للملاحظة والتعجب لكن لا شيء أكثر من ذلك، حضر إلى الساحة الفنيَّة مثل طيف، تقليد متقن لشيء أصيل، طارد نسخته الأصلية بالحضور متقمِّصًا أدوارًا بسيطة في أفلام مثل «القرش» و«خمسة وخميسة» ومسرحيات هابطة، ومثل شهاب مُضيء اخترق بعنفوانه سماء صافية، تألَّق للحظات وخبا كأنه لم يكن[1].

في الثمانينيات كانت السينما هي الوسيط الذي حكم ببساطة على موهبة «نصر حمّاد» بالفشل، بينما كان تيك توك حاليًا هو الوسيط الذي حكم على أشباه المشهورين بالازدهار، لأنهم يُقدِّمون الجوهر الذي

---

(1) حسام الدين السيد، أشباه «التيك توك»: عندما ينتصر الباروديّ على الواقع، إضاءات.

صُمِّم التطبيق لأجله، أن يتشجّع المتلقّي ليخرج من دور التلقّي لتقديم نُسخته المقلَّدة من المحتوى. في دورات أبدية من التكرار.

قدَّم «نصر حمّاد» نفسه في أكثر من 100 عمل فني على مدى عقود ولم ينل النجاح، بينما احتاج أحد أشباه المشهورين المصريين إلى شهرين وحسب ليُحقِّق أكثر من مليون مشاهدة، ويظهر فخورًا بتعليق قام به الممثِّل المصري محمد هنيدي على فيديو قدَّمه.

أمّا شبيهة الممثِّلة المصرية عبلة كامل، فقد ذكرت في أحد لقاءاتها التلفزيونية أنها لم تكُن تعرف شيئًا عن السوشيال ميديا، فلما أقنعها ابنها بتصوير مقطع ونشره على تيك توك، لم تحتَج إلى أكثر من 3 ساعات حتّى يظهر مقطعها كترِيند على المنصَّة وتنال شهرتها المستمرَّة إلى يومنا هذا.

يحلم الأشباه بتلك اللحظة المثالية عندما تُحقِّق مشاهداتهم أعدادًا مليونية يسيل لها لعاب الشركات الكبرى، لتستعين بهم في حملاتها الإعلانية، إنها صناعة كاملة ترتكز على مبدأ واحد يقوم عليه تيك توك بأكمله: التكرار.

# الجانب الأبيض من تيك توك

***«تيك توك أصبح منصّة شاملة للمحتوى بطريقة لم تكن كذلك في أيامه الأولى»***

***لي ريني، مدير أبحاث الإنترنت والتكنولوجيا في مركز Pew(1)***

منذ عام 2021 تقريبًا، عقب هجرة الناس في خلال جائحة كورونا
إلى تيك توك، بدأت أنواع جديدة من المحتوى تظهر في التطبيق، فلم
يَعُد تيك توك محصورًا في الرقص ومحاكاة الشفاه والأغاني، بل دخلت
إليه كل أنواع المحتوى التي يمكن للمرء تخيُّلها على السوشيال ميديا
وبالطبع، احتوت هذه الأنواع الجديدة على صنوف أكثر نفعًا وإفادة
من الرقص والغناء والكرينج، فاتسعت مظلة المحتوى منذ ذلك الحين

وحاليًا يُعتبر من أكثر نوعيات المحتوى انتشارًا على تيك توك هي
النصائح الحياتية والمصنَّفة ضمن هاشتاج AdviceTok، حيث يقوم
الناس بمشاركة تجاربهم الحياتية ونشرها على تيك توك ونقل الخبرة
إلى المشاهدين في كل المجالات التي يتخيَّلها إنسان في المجالات
النفسية والاجتماعية والفنية.

ودخل إلى تيك توك أيضًا المحتوى التعليمي والمهاري، لكنه ليس
المحتوى التعليمي الدراسي وإنما ما يسمى بالـ Life Hacks أو طرق

(1) Kelly Huang, For Gen Z, TikTok Is the New Search Engine. The New York Times.

للمذاكرة أو نصائح مهنيّة لكل مهنة على حدة، وغير ذلك. هذه النوعية من المحتوى تجدها مثلًا تحت هاشتاج LearningOnTikTok.

ومن المحتويات الظريفة التي راجت على تيك توك كذلك هي ما تسمى بـ ParentTok وهي مشاركات من آباء وأمّهات يعانين تجارب وخبرات معيّنة ثمّ يعرضون هذه التجارب على تيك توك ليستفيد سائر الوالدين منها كي لا يرتكبوا الأخطاء نفسها مع أطفالهم.

المحتوى الطبّي حاضر بقوة كذلك مثلًا NurseTok ممتلئ بممرّضين وممرّضات يشاركون تجاربهم ونصائحهم الطبية خصوصًا في الحالات العاجلة والأمراض المعروفة مثل السكّري وارتفاع ضغط الدم وغير ذلك.

وعلى ذِكر الصحّة فأحد أكثر هاشتاجات تيك توك انتشارًا هي تلك المتعلقة بالصحة البدنية والتي تسمّى FitTok، هذه النوعية من المحتوى تركّز على كيفية الحفاظ على وجبات صحية، وبناء العضلات بشكل سليم، وطرق إنقاص الوزن أو زيادته، ونحو ذلك.

من ضمن المحتوى المثير كذلك على تيك توك هو ما يسمى بـ PrisonTok ومنشؤه في الأصلِ الولايات المتحدة، هذا المحتوى يقوم عليه المساجين في السجون المختلفة للولايات المتحدة، ويقومون فيه بعرض كيفية إمضاء أيامهم، أو بعض الحيل والتقنيات داخل السجون، أو طبيعة العلاقات بين الناس داخل هذه السجون. كما تُعرض فيه أيضًا بعض المقاطع التعليمية والتحفيزية.

كذلك المحتوى المعلوماتي على تيك توك ثري جدًا، وهو خاضع في جملته لما يسمَّى بالـ Infotainment وهو جمع بين مصطلحي المعلومات Information والترفيه Entertainment. لكن ما يميِّز هذه النوعية من المحتوى أنها معلومات لا يجمعها أي خيط ناظم تقريبًا، معلومات متبعثرة ومسلِّيَة تُهضَم في دقيقة أو أقل أو أكثر قليلًا، ثمَّ تمضي كأن لم تسمعها، فلا بناء فكري واضح ولا منهج متسق وإنما معلومات متناثرة هدفها إمضاء الوقت وتسلية المشاهد أكثر منها تثقيفه أو تعليمه.

أمَّا المحتوى السياسي فمتنوِّع، والعديد من دول العالم أصبح المحتوى السياسي «التيك-توكي» حاضرًا بقوة لديها، من أمريكا إلى غانا، من تركيا إلى بيرو، من إسبانيا إلى ماليزيا، لم يَعُد المحتوى السياسي غريبًا على تيك توك. ومنذ انطلاق عملية طوفان الأقصى في 7 أكتوبر 2023م، كان تيك توك مساحة قوية جدًّا للشباب الداعم للقضية الفلسطينية، وقد قام الأمريكي جيف موريس بتحليل للهاشتاجات الداعمة لفلسطين في تيك توك فوجد أنها 15 ضعف الهاشتاجات المؤيِّدة للصهاينة.

أمَّا طريقة تقديم المحتوى السياسي فبعض صانعي المحتوى من صغار السنِّ يستخدمون تقنية الـ GreenScreen للتعليق على تصريحات سياسية تعمل في خلفية الفيديو، بعضهم يستخدم مقاطع صوتية من أفلام أو أغانٍ ويدمجونها مع موقف سياسي ما، آخرون يقومون بمقاطع تمثيلية لمواقف معينة، وهكذا تتنوَّع مظاهر المحتوى

السياسي على تيك توك، والجميع تقريبًا يستخدم الكابشنز وبعض الأصوات المضافة من برامج الصوتيات، مصحوبة بحسٍّ كوميدي أو نزعة ساخرة Satirical تضيف للمحتوى نوعًا من الكوميديا، ومن هنا جاء مصطلح Politainment الذي يجمع بين السياسة Politics والترفيه Entertainment.

وهناك كذلك محتوى للصيد FishTok، وآخر للزراعة والفلاحة FarmTok وهاشتاج لمساعدة أمّهات المنزل في تنظيف بيوتهن CleanTok وهكذا يتنوّع المحتوى إلى ما لا نهاية.

إذَنْ لا يعدم تيك توك خيرًا، صحيح أن المحتوى الرديء والضارّ قد يغلب عليه، إلا أنه مَن أراد أن يبحث عن شيء مفيد فإنه سيجده بسهولة. وقد سألت بعض أصدقائي في ديسمبر 2023، أي بعض طوفان الأقصى بشهرين، هل تغيّرت رؤيتكم لتيك توك بعد انتشار مقاطع المسلمين الجدد عليه والأجانب الذين يقرؤون القرآن ويتعرّفون على الإسلام من خلاله؟ كان ردُّ أصدقائي شبه موحّد: فالخوارزميات هي التي تتحكّم فيما تراه، وإذا كنت تشاهد محتوى معيّنًا فإن تيك توك سيلقي عليك وابلًا من المحتوى بالنوعية نفسها.

لكن المشكلة أنه سواءً كنت ستشاهد المحتوى الضارّ أو النافع، فإنه لا بُدّ سيتأثّر دماغك بنوعية الخوارزميات التي ستترك بصمتها في مخّك، لأن طريقة عملها بالنهاية واحدة لا تتغيّر مع تغيّر المحتوى. فما هي هذه البصمة؟ وكيف يعمل عقل الإنسان المدمن على تيك توك؟ وهل يؤثّر تيك توك على عقولنا بالفعل؟


العربي
HTTPS://T.ME/MKTBTARAB





# الفصل الثالث:

# عقل تيك توك: هل فعلاً تتغيّر أدمغتنا بسبب التطبيق؟


الـريـان
HTTPS://T.ME/MKTBTARAB

«يجب أن نواجه حقيقة أن 96% من الناس،

احتياجاتهم مبتذلة للغاية»

جاو هان، أحد كبار مصممي تيك توك

في دراسة أجريت عام 2019م على 2000 شاب وفتاة أمريكيين تتراوح أعمارهم بين 13 و38 عامًا، قال أكثر من نصفهم إنهم سيصبحون مؤثِّرين Influencers إذا أتيحت لهم الفرصة، وقال 86% إنهم يقبلون أن يُدفَع مال لهم مقابل نشرهم لمحتوًى معيَّن على صفحاتهم الشخصية (المعروف باسم المحتوى المدعوم أو SponCon أو Sponsored Content)[1].

وإذا كانت هذه الدراسة أجرِيَت على منصَّتي إنستاجرام ويوتيوب فإنني أعتقد أن حلم جني المال عبر السوشيال ميديا قد عُزِّزَ وضُوعِفَ مع قدوم تيك توك، وقد جاء متجر تيك توك الذي سمح لصُنَّاع المحتوى بتسويق منتجات الآخرين فيه والحصول على نسبة عمولة من هذ الإعلان ليقدِّم للشباب فرصًا ذهبية أخرى لجني المال عبر التطبيق.

(1) The Influencer Report, Morning Consult. October 2019.

ويتفق معي ديلان باسكا، أحد العاملين في مجال التسويق الإلكتروني، حيث يقول إن تيك توك يقف في مستوى آخر تمامًا مقارنة بإنستاجرام أو يوتيوب. يقول باسكا: «فمن السهل على تيك توك أن تحصل على أطنان وأطنان من المشاهدات، كما أن نسبة نموّه أعلى بكثير من بقيّة وسائل التواصل، ومن العادي أن تجد تيكتوكر يمتلك 18 مليون مشاهدة على تيك توك، بينما يمتلك 3 مليون مشاهدة فقط على يوتيوب»[1].

يمثّل تيك توك فرصة ذهبية لتحقيق هذا الحلم بالشهرة والمال لا سيما مع خوارزمياته سهلة الانتشار كما أسلفنا. أكّد أحد أصدقائي التيكتوكرز هذا الأمر قائلًا إنه يحارب من أجل أن يصل إلى بضع آلاف مشاهدات على إنستاجرام، أمّا حسابه على تيك توك فإن رقم مليون مشاهدة بالنسبة إليه لا يعتبر شيئًا ذا قيمة كبيرة.

لقد كان الوصول إلى مليون متابع على أي منصّة تواصل شيء صعب جدًا قبل ظهور تيكك توك، ولذا كان الإنفلونسر الذي يصل إلى مليون متابع يعتبر نفسه قد حقق المستحيل. المؤلّفة البريطانية بيلا يونجر كانت واحدة من القلائل الذين حصلوا على فرصة الصعود كإنفلونسر على إنستاجرام، ورغم أنها حصلت على 150.000 متابع في ذروة شهرتها وكان الطريق أمامها مفروشًا بالورود لتصبح نجمة على المنصّة، إلا أنها تخبرنا أنها قرّرت ألا تفعل ذلك مرّة أخرى.

---

(1) Katherine Rodgers, TikTok is changing the rules of the music industry. TechRadar.

سطَّرت يونجر تجربتها في كتابها الساخر (مؤثِّرة بالمصادفة: كيف كاد احتياجي للإعجابات أن يدمِّر حياتي) وقالت فيه إنها «اعتقدت أنه يمكن أن يكون لديَّ الكثير من المتابعين دون أن أحتاج إلى المتابعين. اعتقدت أنه يمكنني تحقيق الدخل من حسابي دون التخلِّي عن مبادئي. اعتقدت أنني مختلفة، وأنني لم أكن مثل الفتيات الأخريات. لكنني كنت كذلك، ولهذا السبب كان عليَّ أن أتوقَّف»[1].

ذكرت يونجر إذن أن هناك تكلفة باهظة تدفعها من صحَّتك العقلية والنفسية لاستخدام التطبيقات التي تصنع المؤثِّرين، ومهما حاولت تجنُّب سلبيات التطبيقات إلا أنك سيصيبك غبارها شئت أم أبيت، ولذلك ينبغي لنا أن نعرف ما هي التأثيرات التي يجريها تيك توك على أدمغتنا؟ وهل هناك سبيل لتفاديها أم أنها محتَّمة علينا؟

لكن حتَّى نفهم عُمق حضور التطبيق عند الشباب، علينا أن ندرك أن تنوُّع المحتوى على تيك توك بات من بديهيات التطبيق، ولذا صار المستخدم الجديد يغرق في بحر من المحتوى لا ساحل له، يتنقَّل بين التحدِّيات والأغاني، وبين الكرينج والرقص، وبين التمرينات الرياضية والصحَّة النفسية، وبين الطبخ ومباريات كرة القدم. وقد أذِنَ هذا التنوُّع الشاسع بقدوم خاصية جديدة لتيك توك ستزيد من عمق تأثيره: فقد أصبح تيك توك محرِّك بحث مثل عملاق الإنترنت جوجل.

(1). Bella Younger, Accidental Influencer: How My Need to Get Likes Nearly Ruined My Life. New York: HarperCollins, 2021.

## تيك توك كمحرّك بحث

كما أظهرنا في الفصل السابق، لم يَعُد تيك توك هو ذلك التطبيق الذي يقوم على التحدّيات والرقص، بل صار منصّة شاملة تحتوي على طرق الربح وأخبار سياسية وسجالات فكرية وقضايا اجتماعية ومهارات فردية.

هذه التشكيلة غير النهائية من المحتوى جعلت للتيك توك نمطًا جديدًا؛ تحكي لي إحدى الفتيات التي أجريت معها مقابلة لهذا الكتاب أنها إذا صادفت مشكلات في بشرتها، أو لديها سؤال محرج حول دورتها الشهرية، أو تعاني سمنة وتريد أن تبحث عن طرق لإنقاص الوزن، أو حتّى تريد وصفات للطعام أو أماكن جديدة للتنزُّه، فإنها لا تسأل جوجل وإنما تسأل تيك توك مباشرة.

تعجَّبت من موقف هذه الفتاة، فمن يستخدمون الإنترنت منذ أواخر التسعينيات لا يتخيّلون أن هناك محرّك بحث يمكنه أن يزيح جوجل من التربُّع على عرش محرّك البحث الأقوى، وحتّى المحركات التاريخية مثل ياهو وبينج وغيرهما لا يتصوَّر أحد أن يضاهوا قوة جوجل. أمّا الآن لقد صار تيك توك هو محرّك البحث المفضَّل عند قطاعات واسعة من الشباب والفتيات، فهل يتعرَّض عرش جوجل للتهديد من قبل تيك توك بالفعل؟

لاحظت جوجل هذا التحوُّل لتيك توك. ففي مؤتمر تقني في يوليو 2022، قال نائب رئيس أول في جوجل إن الدراسات أظهرت أن ما يقرب من 40% من الشباب يستخدمون تيك توك أو إنستاجرام بدلًا

من خدمات جوجل للبحث عن مكان لتناول طعام الغداء. حينها، بدأت جوجل في دمج مقاطع الفيديو الخاصّة بتيك توك في محرّك البحث الخاص بها[1].

بالطبع لا أحد يقول -على الأقل حاليًا- إن تيك توك سيسبق جوجل كمحرّك بحث، لكن هذا التحوُّل يكشف لنا كيف أن تيك توك صار أكبر بكثير من مجرّد تطبيق للغناء.

بالإضافة إلى ذلك، صار تيك توك منصّة للأخبار اليومية والأحداث السياسية والاقتصادية كذلك، فقد أظهرت دراسة أُجريت في بريطانيا أن تيك توك كان يشكّل مصدر الأخبار لـ 1% فقط من البالغين في 2020م، وفي ثلاث سنوات فقط ارتفعت النسبة إلى 10%، ليصير بذلك أسرع منصة خبرية نموًا بين البالغين في السنوات الأخيرة[2]. وقد قام فريق Morning Consultant بدراسة أخرى ذكر فيها أن النسبة ارتفعت إلى 14% في فبراير 2023م[3].

وقُبيل طوفان الأقصى في 7 أكتوبر 2023م بأيام، أجرى مركز Pew مسحًا داخل أمريكا خلصت فيه إلى أن 43% من مستخدمي تيك

---

(1) Prabhakar Raghavan, Brainstorm Tech 2022: Organizing the World's Information. Fortune.

(2) News consumption in the UK. Ofcom, July 2023.

(3) Kevin Tran, TikTok Really Is Becoming Gen Z's Google, and More on How Gen Z Gets Its News. Morning Consultant.

توك في أمريكا يحصلون على الأخبار السياسية منه[1]، ممّا يعني أن بعد الطوفان فإن احتمالية زيادة هذه النسبة إلى 50% هو أمر متوقّع، وهي نسبة كارثية بالنسبة إلى الأمن القومي الأمريكي، وسنشرح سبب ذلك في الفصل الأخير إن شاء الله.

ولاختبار مدى فاعلية تيك توك كمحرّك بحث، قام صحافي من مجلة The Verge بتجربة صحافية لطيفة: استخدام تيك توك للإجابة عن كل سؤال لديه قبل البحث عن نتيجته في جوجل. وبعد إجراء عشرات عمليات البحث، خلص الرجل إلى أن هناك بعض المواضيع التي يعتبر تيك توك مفيدًا فيها كمحرّك بحث بالفعل، إلا أنه رأى أن المنافسة الحقيقية مع جوجل ليست قائمة ولا واقعية، وإنما ستكون منافسة تيك توك واقعيًا مع عمليات البحث على يوتيوب، وهو أمر يتزايد مؤخّرًا[2].

لكن ما هي ميزة تيك توك التي تجعل البعض يفضّله على محرّكات البحث التقليدية؟ في الحقيقة هناك ميزة أساسية وهي أن مقاطع تيك توك في العادة تصل مباشرة إلى صلب الموضوع بدلًا من التمرير عبر صفحات متعدِّدة على جوجل وقراءة مقالات طويلة، فلا يوجد مقدّمات ولا إعلانات وإنما معالجة صلب السؤال مباشرة، حتّى مقاطع يوتيوب فيها مقدّمات وتفاصيل غير مهمّة بالنسبة إلى موضوع الفيديو، أمّا

(1) Helen Coster, More TikTok users turning to the app for news, Pew study shows. Reuters.

(2) David Pierce, I tried replacing Google with TikTok, and it worked better than I thought. The Verge.

في تيك توك فيمكن للمستخدمين العثور على إجابات بسرعة من خلال مشاهدة فيديو مدّته 15 ثانية.

ولذلك لا عجب أن كثيرًا من الشباب الصغار يستخدمون تيك توك في نصائح مؤثّرة في حياتهم؛ فقد نشرت منصّة Edubirdie تقريرًا في نوفمبر 2023 ذكرت فيه أن 70% من الجيل Z يستخدمون تيك توك للحصول على نصائح بشأن حياتهم المهنيّة، وقد اتخذوا بناءً على ذلك قرارات في حياتهم بالفعل[1].

لكن تحويل تيك توك إلى محرّك بحث يعني أن المنصّة ستكون غنيًّة بالمعلومات، وبالتأكيد ستختلط المعلومات الصحيحة بأختها الخاطئة. فهل تيك توك مستعدٌّ لتحمُّل عواقب هذا الأمر وفلترة المحتوى المضلِّل من منصّته؟ وكيف سيستطيع المستخدم التفريق بين المعلومات الصحيحة والأخرى الخاطئة؟

## صناعة الجهل: المحتوى المضلّل على تيك توك

في أواخر عام 2022م حاول فريق NewsGuard الإجابة عن سؤال المحتوى المضلِّل على تيك توك، تحقيقًا لتعقُّب المعلومات المضلِّلة على تيك توك، وفي خلال مسحها لبعض المواضيع وجدت الشركة أن ما يقرب من 20% من مقاطع الفيديو التي ظهرت في عمليات البحث عن «مواضيع إخبارية بارزة» تحتوي على معلومات مضلِّلة يمكن إثباتها.

---

(1) TikTok generation: Shaping the education and career aspirations of Gen Z, EduBirdie.

على سبيل المثال، في خلال اهتمام الناس بأخذ اللقاح ضد فيروس
كوفيد19-، أسفر البحث عن مصطلح «لقاح mRNA» عن خمسة
مقاطع فيديو تحتوي على ادعاءات كاذبة في أفضل 10 نتائج، أي أن
50% من الفيديوهات احتوت على محتوى مضلِّل.

ومثال آخر بخصوص الإجهاض (وهو موضوع كثير الاستحضار
لدى عيِّنة ضخمة من المراهقات والفتيات على تيك توك) قام الفريق
بالبحث عن «هل تحفِّز عشبة الموغورت الإجهاض»، فإن 13 من أول
20 نتيجة دعت المستخدم إلى طرق إجهاض عشبية غير مثبتة، مثل
شرب شاي عشبي، وتناول بذور البابايا، وتناول بينيرويال[1].

نشر الفريق تحقيقه تحت عنوان «احذر من (جوجل الجديد)
محرِّك بحث تيك توك يضخ معلومات مضلِّلة سامَّة إلى مستخدميه
صغار السنِّ».

قلت في نفسي: لعل خوارزميات تيك توك هي التي رشَّحت هذا
النوع من المحتوى المضلِّل لهذا الفريق، فماذا لو بحث مستخدم آخر
عن معلومات معينة في أي موضوع، هل سيجد النسبة نفسها من
المعلومات المضلِّلة؟ قرَّرت إجابة السؤال بنفسي وإجراء تجربة عملية
ففتحت هاتفي وبدأت البحث على تيك توك، كان هذا في أواخر عام
2023م.

---

(1) NewsGuard, Beware the 'New Google:' TikTok's Search Engine Pumps Toxic Misinformation To Its Young Users.

بدأت في البحث عن المحتوى النفسي على تيك توك المضمَّن تحت عنوان TherapyTok كما اتجهت إلى المحتوى الصيدلي الدوائي على المنصَّة، وأذهلتني النتائج في الجانبين بشكل لم أكن أتخيَّله.

ففي المحتوى النفسي لتيك توك وجدت أن هناك عيبًا خطيرً منتشرًا في جميع أنحاء تيك توك، وهو أن صُنَّاع المحتوى النفسي يشجِّعون المستخدمين على تشخيص حالاتهم النفسية بأنفسهم -Self Diagnosis، كما يُروِّج لمصطلحات مثل ADHD وTrust Issues وغير ذلك من المصطلحات على المنصَّة، لكنه ترويج غير منضبط وغير صحِّي وغير مفيد.

قديمًا كانت هذه المصطلحات محصورة في نطاق العيادة النفسية، يتناولها المتخصِّص بشكل دقيق ويشخِّصها بشكلٍ متأنٍّ، ثمَّ يعالجها عبر برنامج ممتدٌ وموسَّع مع المريض. أمَّا الآن فقد زحفت هذه المصطلحات خارج العيادة النفسية وصارت متداولة على امتداد عالم تيك توك بأكمله، وتعرَّضت مصطلحات مثل الاضطراب النفسي والصدمة النفسية والتنمُّر للتوسُّع الشديد لتشمل أمورًا وأفعالًا لم تكن مضمَّنة في تعريف المصطلح ابتداءً مِمَّا جعل جمهور تيك توك أكثر حساسية وأقل تحمُّلًا للألم، فيما يسمَّى في علم الاجتماع بزحف المصطلحات Concept Creep أي أنها خرجت من نطاق الضبط الأكاديمي والتخصُّصي إلى تطبيقات وسائل التواصل ليتلقَّفها عوامُّ الشباب والفتيات ويضيفون إليها ما يشاؤون من أوصاف وتشخيصات وآراء شخصية.

ونتيجة لهذا الزحف للمصطلحات نشأت فوضى تشخيصية على تيك توك. فمثلًا يمكن للمرء على تيك توك أن يشخِّص نفسه باضطراب فرط الحركة ونقص الانتباه ADHD إذا كان يقرقض أظفاره بشكل عشوائي، كما يمكن لمستخدم آخر أن يشتكي من إصابته باضطراب ما بعد الصدمة أو تروما Trauma إذا قام أحد أصدقائه بالتفوُّق عليه في مسابقة ما. ولم يَعُد هناك مانع من أن تحيل فتاة ما على تيك توك كل مشكلاتها النفسية إلى والديها وتقول إن لديها Trust Issues لأن أهلها لم يربُّوها بشكلٍ سَويٍّ، كل هذا مضمَّن تحت إطار الوعي بالصحَّة النفسية.

والأدهى من ذلك أني في إحدى الأيام قابلت شابًا عربيًا صغير السنِّ عمره 14 عامًا، وظل يشتكي لي من ضيق حاله مع أهله، وكيف أنه دائم الشجار معهم، وكيف ينهال والده عليه بالضرب حينًا ويمنعه من المصروف حينًا ويطرده من البيت أحيانًا كثيرة. وذكر لي هذا الشابُّ كيف حاول الانتحار عدَّة مرَّات، وكيف انفصل تمامًا عن أهله وهرب من البيت وسكن مع أصدقائه في أماكن غير سارَّة. كما واظب الشابُّ على الذهاب إلى معالجين نفسيين، ولم يسعفه أحد في علاج مشكلاته.

إلى هنا كانت القصَّة بالنسبة إليَّ واضحة ومألوفة، فمئات وألوف الحالات مرَّت بالظروف المؤسفة نفسها، وسمعنا منها الكثير والكثير لكن الجديد هنا بالنسبة إليَّ أن الشابَّ أخبرني أنه يكسب من تيك توك أموالًا، فقلت له كيف تكسب المال؟ قال لي: «عبر العملاء الذين أتعامل معهم، فأنا أعمل معالجًا نفسيًا».

اتسعت حدقتا عيني اندهاشًا ممَّا سمعت، فلا عُمر الولد، ولا خبرته، ولا ثقافته، ولا تجربته الشخصية تسمح له بأن يجلس ليسمع آلام الناس فضلًا عن أن يعالجها. سألته فورًا هل استشار أي مختصٍ في هذا الأمر؟ هل هناك كتب قرأها في هذا المجال؟ هل لديك دراية بالمدارس العلاجية والصحيح والسقيم منها؟ بالطبع كانت إجاباته في الغالب: لا. كان تيك توك هو مصدر ثقافته الوحيد، وبالنسبة إليه كان هذا كافيًا.

انتهت جلسي مع ذاك الشاب ولم يستوعب عقلي كيف لشابٍّ في هذا العمر الصغير أن يقدِّم نفسه على أنه معالج نفسي، والأدهى: كيف للناس أن يقصدوه لعلاج آلامهم ومشكلاتهم وهو ربما لم يبلغ الحُلُم بعد؟

حينها قرَّرت أن أفحص هذا العالم عن قرب، عالم العلاج النفسي على تيك توك الموسوم بـ TherapyTok، وقد وجدت فيه نوع الفوضى المثالية والهراء النموذجي الذي وصفت بعضه في كتابي السابق «الهشاشة النفسية»، والذي أدَّى إلى أن هذا الشابّ صار متخصِّصًا تيكتوكيًا في العلاج النفسي.

تذكر سارة آن هوكينز، وهي إخصائية عائلية مرخَّصة في الولايات المتحدة، قبسًا من آثار هذه الفوضى قائلةً إن ثلاثة من عملائها الشباب أخبروها مؤخَّرًا أنهم مصابون بالميسوفونيا، وهي حالة يمكن أن تجعل الناس يشعرون بالغضب عند سماع أصوات معيَّنة صادرة من الآخرين مثل أصوات المضغ أو التنفُّس.

تقول هوكينز إن عملاءها أخبروها أنهم شخّصوا أنفسهم عبر تيك توك، فقد شاهدوا بعض المقاطع التي ترسم علامات الميسوفونيا ثمّ قالوا لأنفسهم: «هذا أنا، أليس كذلك؟»، وهرعوا إليها طلبًا للعلاج وعندما جلست معهم لتحاورهم، اتضح أن الأمر انتهى بواحد فقط من هؤلاء الثلاثة إلى المعاناة من هذا الاضطراب، أمّا الباقي فقد تعرّضوا لتشخيص زائف، أي أن 66% من التشخيص الحاصل على تيك توك لعملائها كان خاطئًا[1].

وبحسب المجلة الكندية لعلم النفس، فإن 52% من محتوى تيك توك الخاص باضطراب فرط الحركة ونقص الانتباه ADHD هو محتوى مضلّل وغير دقيق علميًا[2].

لن أطيل هنا في الأثر المدمّر لمثل هذه المقاطع التي تصوّر الأفعال اليومية على أنها اضطرابات نفسية، ويمكن للقارئ العزيز والقارئة الكريمة أن يرجعا إلى كتابي «الهشاشة النفسية» إذا أرادا أن يتوسّعا حول هذه الفكرة.

نموذج آخر من نماذج التضليل المتعمّد على تيك توك هو المحتوى الدوائي والصيدلي، وقد استعنت بالصديق الصيدلي مدحت الجيزاوي لإجراء بحث حول النصائح الدوائية على تيك توك، وكان هذا ردُّه:

---

(1) Christina Caron, Teens Turn to TikTok in Search of a Mental Health Diagnosis, The New York Times.

(2) Yeung A, Ng E, Abi-Jaoude E. TikTok and Attention-Deficit/Hyperactivity Disorder: A Cross-Sectional Study of Social Media Content Quality. The Canadian Journal of Psychiatry. 2022;67(12):899-906.

كأي مستخدم عادي، دخلت على تيك توك وبحثت عن تساقط الشعر، فظهرت لي 20 نتيجة ليس من بينها سوى نتيجة واحدة أو اثنتين فقط قد يكونان مفيدين، أمّا بقية النتائج فإمّا إعلانات وإمّا وصفات غير مفيدة وغير مثبتة علميًا.

ثمّ بحثت عن «تفتيح البشرة» فظهرت لي أول 20 نتيجة لا يوجد من بينها فيديو واحد يتحدّث عن آلية تفتيح البشرة بشكل علمي منضبط وإنما وصفات وإعلانات بلا قيمة دوائية أو عقارية حقيقية.

أمّا عند البحث عن «علاج جرثومة المعدة» فلم أجد أي علاج حقيقي في أول 20 نتيجة للبحث وإنما يوجد فقط وصفات من المطبخ ليس لها فائدة علمية مثبتة بل قد تكون مُضِرّة في الحقيقية لمَن يعاني هذه الجرثومة.

لذا يقول الجيزاوي إنه يعتبر أن تيك توك -دونًا عن سائر السوشيال ميديا- هو الأرض الخصبة للعلم الزائف في المجال الصيدلي، ومشكلة العلم الزائف هو أنه يشبه العلم في ظاهره ولكنه ليس بعلم حقيقي وإنما مجرّد معلومات مبعثرة على الإنترنت يلتقطها أحد التيك توكرز ويجعلها الحل السحري لكل المشكلات.

فمثلًا يصف أحد التيكتوكرز (1.2 مليون متابع) خلطة يدّعي أنها واقي شمس ولكنها في الواقع تزيد من حروق الجلد وزيادة حساسيته وتصف تيك توكر أخرى (18 ألف متابع) في أحد مقاطعها أنها تستعمل الأسبرين ككريم للوجه وتدّعي أنه لتفتيح البشرة في حين إن الأسبرين يؤخذ عن طريق الفم فقط ويعمل لتسكين الألم ولزيادة سيولة الدم.

وهناك تيك توكر آخر (3 مليون متابع) نشر فيديو يوهم فيه السيدات بتكبير مناطق الأنوثة باستخدام خلطة طبيعة من الحلبة والمكسّرات، ولكن مع مراجعة كلامه نجد أنه ليس له أي فائدة لأنه لا يوجد علاج لمثل هذه الحالات إلا العمليات الجراحية فقط.

إلى هنا ينتهي كلام الجيزاوي، وقد أوردت بعض ما وجدنا من المحتوى النفسي والمحتوى الصيدلي على تيك توك للتدليل على فكرة أن المحتوى المضلّل على تيك توك أكثر ممّا ينبغي، وأن ترك أنفسنا أو أطفالنا فريسة لهذا النوع من المحتوى قد يدمّر صحّتهم الجسدية والنفسية معًا، لا سيما أن تيك توك لا يبذل جهدًا حقيقيًّا في منع المعلومات المضلّلة.

وقد نشر إحدى المراكز البحثية التابعة لجامعة هارفارد ورقة بعنوان: «تيك توك، والحرب على أوكرانيا، و10 ميزات تجعل التطبيق عرضة للمعلومات المضلّلة»، ذكرت فيها أن المناخ الرقمي على تيك توك «يصعب فيه -حتّى بالنسبة إلى الصحفيين والباحثين المخضرمين- تمييز الحقيقة من الشائعات والمحاكاة الساخرة والتلفيق»[1].

(1) Jennifer Nilsen et al, TikTok, The War on Ukraine, and 10 Features That Make the App Vulnerable to Misinformation. Media Manipulation.

## متلازمة إغراق المعلومات Information Overload Syndrome

تكمن مشكلة المعلومات على السوشيال ميديا أنها لا حدَّ لها، لا تكاد تفتح تطبيق ما حتّى تنهمر عليك المعلومات من كل حدبٍ وصوب، وفي حين يعتقد بعض الناس أن وفرة المعلومات بلا حدٍّ هي أمر مفيد للإنسان إلا أن الدراسات العلمية تقول غير ذلك.

فبحسب بيتر روتزل أستاذ العلوم التطبيقية في جامعة شتوتجارت الألمانية، فإن المعلومات الزائدة على الحدِّ تسبِّب شللًا عند الإنسان بسبب محدودية وقته وموارده، «فعندما يُحظى صانع القرار العديد من المعلومات، تتميَّز بوفرة من التعقيد والكمِّيَّة والتناقض، تنخفض جودة قراره بسبب محدودية الفرد للموارد المطلوبة لمعالجة جميع المعلومات واتخاذ القرار الأفضل على النحو الأمثل[1]».

ببساطة نقول إن توفير خيارات ضخمة للإنسان الواحد تتسبَّب في شل تفكيره وتردُّده الدائم وقلقه المستمرّ إزاء هذه الاختيارات، على عكس إنسان يتوفَّر له خيار أو خياران فقط فإنه يجد سهولة في اتخاذ القرار وتحمُّل تبعاته.

يؤكِّد أستاذ علم الاجتماع الأمريكي أورين كلاب على هذا الأمر قائلًا إن متلازمة إغراق المعلومات Information Overload Syndrome يصاب بها الإنسان بسبب ذلك الحجم الكبير من المعلومات الذي

---

(1) Roetzel, P.G. Information overload in the information age: a review of the literature from business administration, business psychology, and related disciplines with a bibliometric approach and framework development. *Bus Res* 12, 479–522 (2019).

يتسبَّب في ضوضاء لدى المتلقِّي عند بلوغها معدَّل مرتفع تجعله يعجز عن معالجتها بشكل صحيح نظرًا للتشتُّت والإجهاد وكثرة الأخطاء[1].

فعلى الرغم من توافر المعلومات وإغراقها على السوشيال ميديا بشكل عام، فإن تيك توك أخذ منحنى وفرة المعلومات إلى اللانهاية وما بعدها. ركَّز العلماء مؤخَّرًا على التحقيق فيما إذا كان الحمل الزائد للمعلومات على تيك توك يمكن أن يؤدِّي إلى نتائج سلبية، بما في ذلك الاكتئاب وعدم الرضا عن الحياة، وتواترت الدراسات على أن الحمل الزائد للمعلومات على تيك توك يؤثِّر بشكل مباشر على الصحَّة العقلية والنفسية للأفراد.

وفي هذا السياق أذكر أنه كثيرًا ما جاءني بعض الشباب يشتكون لي معاناتهم من بعض القلق والتوتُّر الدائمين بسبب توارد الأسئلة الوجودية والشكوك الإيمانية داخل صدورهم، فلما أجلس معهم أجدهم يقتطفون سؤالًا من هنا وسؤالًا من هناك دون أن يناقشوا سؤالًا واحدًا مناقشة جدِّيَّة راسخة، ويتحدَّثون عن أفكار مختلفة من كل حدبٍ وصوبٍ دون تناول عميق واحد لهذه الأفكار، ويتنقَّلون من فكرة إلى فكرة ومن شُبهة إلى شُبهة دون أن يمحِّصوا موضوعًا واحدًا بشكلٍ كافٍ.

كان من الواضح أن متلازمة إغراق المعلومات هي التي أودت بهم إلى هذا الحال؛ معلومات متفرِّقة بلا خيط ناظم، وأفكار سريعة لم يعطها المخُّ وقتًا كافيًا لتمحيصها والتفكير فيها، والنتيجة هي الاضطراب

---

(1) Klapp, O. E. (1986). Overload and Boredom: Essays on the Quality of Life in the Information Society. Westport, CT: Greenwood Press.

وعدم الاتزان وشك الإنسان في إيمانه شخصيًا بسبب عدم قدرته على مجاراة سيل الأسئلة والأفكار الهادر على السوشيال ميديا.

فما الذي يستفيده الإنسان من معرفة كيف يعمل الجهاز الهضمي للسناجب، ثمّ ينتقل إلى كيف تصنع قبيلة من غابات أمريكا اللاتينية طعامها، ثمّ إلى أحدث معلومة في عالم الآي فون، ثمّ إلى معلومة تاريخية من القرن الخامس عشر في إحدى الدول الأفريقية؟ ما هو الفكر الذي سيبنيه هذا الشخص؟ إنها مجرّد أفكار بلا بناء، أفكار تصلح كـ «محتوى» وليست كعقلية وثقافة.

جرّب معي هذا الاختبار: في إحدى لحظات تصفُّحك على تيك توك بلا هدف وتمرير إصبعك إلى أعلى، وبعد ساعة من التصفُّح في معلومات متفرّقة متبعثرة، حاول تذكُّر ماذا استفدت من تلك المعلومات أو بالأدق: ماذا تتذكّر من تلك المعلومات أصلًا؟ غالب الظن أنه في اللحظة التي تغلق فيها تيك توك ستنسى هذه المعلومات تمامًا، ولن يكون لها أي أثر في حياتك عمليًا (أو حتّى نظريًا).

تستغلُّ بعض الشركات والحكومات هذه الحالة من الإغراق المعلوماتي وتتعمَّد نشر البروباجندا المضلِّلة عبر تيك توك، فبالنهاية مَن سيدقِّق في المعلومات ومَن سيراجع دقّة ما يقال وسط صخب حفلة تيك توك التي لا تتوقَّف؟

لقد أجرت مؤسّسة NewsGuard تجربة في عام 2021 طلبت فيها من تسعة أطفال (أعمارهم بين 9 و17 عامًا) إنشاء حسابات جديدة على تيك توك وعدم التفاعل مع أي شيء فيه مطلقًا، فقط مشاهدة

مصممة، وفي خلال 35 دقيقة فقط قضوها على التطبيق، ظهر لـ90% من الأطفال محتوى مضلل عن جائحة كوفيد-19، وظهر لـ 66% محتوى مضلل عن لقاحات كوفيد[1]-19. فبالأخير، مَن سيراجع على دقّة المعلومات؟

## لماذا لا نستطيع التخلّي عن تيك توك؟

***«تيك توك أسرع من أي منصّة أخرى***
***في اكتشاف اهتمامات الشخص ورغباته»***

***مارك فدول مدير مؤسسة Tracking Exposed[2]***
***الناشطة في الحقوق الرقمية***

رغم الثقل الهائل للمحتوى المعلوماتي على تيك توك، فإن المحتوى الترفيهي أكبر منه بكثير، ومع كافّة المخاطر التي أوردناها لتيك توك فإننا يحقُّ لنا أن نسأل: كيف يسرق تيك توك انتباهنا رغم معرفتنا بعدم جدواه أو أهميته بالنسبة إلينا؟

---

(1) Alex Cadier and Melissa Goldi, Toxic TikTok: Popular social-media video app feeds vaccine misinformation to kids within minutes after they sign up. NewsGuard.

(2) Kari Paul, What TikTok does to your mental health: 'It's embarrassing we know so little'. The Guardian.

تعتبر خوارزميات تيك توك شديدة التعقيد وعمل المبرمجون على تطويرها عبر تراكم خبرات السنوات، لكننا يمكننا القول إن تيك توك يتفوّق على عقولنا في جذب انتباهنا عبر وسيلتين نفسيتين أساسيتين الأولى هي التعزيز المتقطع intermittent reinforcing والثانية هي الإشباع الفوري Instant Gratification.

في مقال بعنوان «عقل تيك توك» تقول الإخصائية الاجتماعية الإكلينيكية ماريبيث إيفانز: «يمكنك قضاء 45 دقيقة مستخدمًا تيك توك رغم شعورك بعدم انقضاء سوى 15 دقيقة فقط... ويقدّم التطبيق المتعة والإثارة كل ثلاثين ثانية تقريبًا، فهل يمكنك الحصول على تلك المتعة في مكان آخر؟»[1].

طبقًا لمقال إيفانز، يسهم تيك توك في إفراز الإندورفنز (المواد الكيميائية المحفِّزة للشعور بالمتعة) فور مشاهدتك لفيديو مثير يتوافق مع اهتماماتك، وهي حالة معروفة باسم التعزيز المتقطِّع.

بحسب إيفانز فإن علم النفس يخبرنا أن عقاب الفرد على ممارسته سلوكًا معينًا يؤدّي إلى امتناعه عن ممارسته، بينما يسهم التعزيز المتقطِّع في تشجيع ممارسة السلوك، وهو ما يفعله تيك توك عبر تحفيز المستخدمين استهلاك المزيد والمزيد من المقاطع.

وتوضِّح إيفانز أن معظم النشاطات الإدمانية -التي تتضمَّن إدمان المخدرات والسُّكَّريات- تعتمد في الأساس على مبدأ التعزيز المتقطِّع كما توضِّح أن الأطفال أكثر عرضة للإدمان لأن المخ لا يكتمل تطوُّره

(1) Marybeth Evans, TikTok Brain. OSF Healthcare.

حتَّى بلوغ سنِّ الخامسة والعشرين، في حين إن الكثير من مستخدمي تيك توك من الأطفال والمراهقين.

لا تتوقَّف تشبيهات إدمان تيك توك بإدمان الكحوليات والمخدِّرات فحسب، فوفقًا لجولي أولبرايت أستاذة علم الاجتماع بجامعة جنوب كاليفورنيا، فإن الطريقة التي ينفِّذ بها تيك توك خوارزميته تشبه إلى حدٍّ كبير: المقامرة.. كيف؟

تقول أولبرايت إنَّ صفحة For You على تيك توك هي ماكينة قمار لا تنتهي أبدًا، ربما لا يحب المستخدمون مقاطع الفيديو القليلة الأولى التي يشاهدونها، لكنهم يعرفون أنهم سيحصلون على شيء أفضل إذا استمرُّوا في التمرير. في نهاية المطاف، سيسحبون بإصبعهم إلى أعلى وسيحصلون على مقاطع ممتعة لهم بالفعل، وهذه هي نشوة المقامرة التي يريدون دائمًا الحصول عليها في صفحة For You.

مستخدم تيك توك يستمرُّ في التمرير لأنه في بعض الأحيان يرى شيئًا يعجبه، وأحيانا لا يراه. وهذا التباين المشابه جدًّا لماكينة القمار في لاس فيجاس هو المفتاح. «فمن الناحية النفسية، إنه يسمَّى التعزيز المتقطِّع.. هذا يعني أنك تفوز أحيانًا وتخسر أحيانًا. وهذه هي الطريقة التي صُمِّمَت بها هذه المنصَّات... إنها تمامًا مثل ماكينة القمار».

تستكمل أولبرايت: «نحن نعلم أن هناك إدمانًا على القمار، أليس كذلك؟ لكننا لا نتحدَّث في كثير من الأحيان عن كيف أن أجهزتنا وهذه

المنصات وهذه التطبيقات لديها الصفات الإدمانية نفسها المضمَّن فيها»[1].

هذه الآلية يستخدمها تيك توك إذن لتعزيز إدماننا للتطبيق كلما فتحناه، فنحن لا نعرف ماذا سنجد في أول صفحة، ولا نعرف ما الذي سنصادفه عندما نمرِّر إصبعنا إلى أعلى، لكننا نوقن أننا سنجد مقطعًا يضحكنا أو يمتعنا في النهاية، وهذا هو وجه الشبه بين إدمان تيك توك وإدمان القمار.

الآلية الثانية التي يخطف بها تيك توك انتباهنا هي الإشباع الفوري Instant Gratification وتعني الحصول على مكافأة ماديَّة أو معنوية مقابل فعل ما دون أي تأجيل. يلعب تيك توك على هذا الوتر بوضوح عبر وعوده لصُنَّاع المحتوى أن يدفع بمقاطعهم للظهور في صفحة For You أو Explore اللتين يقضي عليهما جمهور تيك توك معظم وقته، ومن ثمَّ يشبع احتياج الشهرة وجني الأموال عند صانع المحتوى.

وبحسب أستاذ علم النفس كريستيان مونتاج، يؤدِّي هذا النهم للشهرة والمشاهدات إلى تعزيز شعور الإشباع الفوري عند مستخدمي تيك توك، ممَّا يدفعهم إلى حالة من تغييب العقل وعدم التفكير في عواقب الأمور واللهث وراء المشاهدات الفورية فحسب[2].

---

(1) John Koetsier, Digital Crack Cocaine: The Science Behind TikTok's Success. Forbes.

(2) Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in public health*, 9, 641673.

وهذا من أبرز تفسيرات سلوكيات بعض المقاطع المجنونة على تيك توك، وهو ما تؤكِّده عالمة الأعصاب لورا مارتين قائلةً إن الإشباع الفوري يؤدي بالإنسان إلى سلوك مسالك خطرة وتكرار أفعال غير أخلاقية لأنهم لا يفكِّرون مليًا في توابع أفعالهم السلبية وإنما ينشغلون بالمكافأة اللحظية والمتعة الآنية فقط[1].

فكِّر معي: ما الذي يجعل شابًا على تيك توك يأكل من الطعام الشوكولاتة فقط لمدة 48 ساعة ويزداد وزنه في هذين اليومين 11.5 كيلوجرامًا؟! أو ما الذي يدفع فتاة إلى شرب زجاجة كبيرة (2 لتر) من البيبسي على دفعة واحدة في أقل من دقيقة واحدة؟ ألا تعتبر هذه السلوكيات شديدة الضرر؟

لكن كما ذكرنا فإن مقاطع تيك توك لا تنظر إلى العواقب طويلة الأمد ولا إلى توابع الأفعال السلبية وإنما تنظر إلى إشباع حاجة الانبهار والترفيه والشهرة فحسب.

---

(1) Martin, L. E., & Potts, G. F. (2009). Impulsivity in Decision-Making: An Event-Related Potential Investigation. *Personality and individual differences, 46*(3), 303.

## عقل تيك توك وروح المنصّة

نأتي هنا إذَنْ إلى خاتمة فصلنا وهو ما يسمَّى في الأدبيات الأكاديمية والتقارير الصحافية «عقل تيك توك TikTok Mind» ويعني به الباحثون التأثيرات العقلية والنفسية التي يصاب بها مستخدمو تيك توك سواء كانوا مستهلكين أو صانعين للمحتوى.

ويمكن تلخيص عقل الشاب أو الفتاة المستخدمين لتيك توك في الآتي:

(1) الإشباع الفوري وتغييب العقل: فكما ذكرنا يسيطر هاجس الشهرة ومتابعة التريند وتكرار المقاطع بشكل يؤثّر على حساب عواقب تصوير هذه المقاطع، ومن ثمّ فمستخدم تيك توك عندما يصنع محتوى لا يستبعد القيم الأخلاقية فحسب وإنما يستبعد أي قيمة آجلة لن تؤتي ثمارها الآن سواء كانت قيمة أخروية أو دنيوية، فهو لا ينظر إلا تحت قدميه ويستعجل المشاهدات ويفعل المستحيل من أجل الوصول إلى أكبر عدد مشاهدات ممكن.

(2) ينعكس هذا على هرمون الدوبامين الذي يطلق عليه هرمون السعادة، فبسبب حيلة التعزيز المتقطِّع يوفّر تيك توك متعة وإثارة لا تتوقّف، يصف بعض الباحثين إدمان تلك الفيديوهات بأنه يشبه دورة الإدمان المعتادة للمخدِّرات أو للقمار، حيث تمنح لحظة طرد الفيديو القديم إلى أعلى واستقبال فيديو جديد دفعة من الدوبامين للمخّ، لهذا ينفِّر المستخدم من

البقاء طويلًا مع فيديو واحد، بل يسارع بطرده إلى أعلى ليحلّ محلّه فيديو جديد، حتّى يستقبل عقله دفعة جديدة من الدوبامين.

(3) **فقدان التركيز:** في دراسة بعنوان «تسارع التركيز الجمعي» يتحدّث العلماء عن خطورة تيك توك على المخّ البشري، حيث أنه يُقصر زمن الانتباه، وهو الزمن الذي يستطيع في خلاله العقل الاستغراق بتركيز في تلقّي معلومة بعينها[1]. وبحسب عشرات الدراسات فإن مشاهدة مقاطع الفيديو القصيرة والسريعة على أساس منتظم ستجعل من الصعب التركيز على الأشياء التي لا تقدّم الإشباع الفوري نفسه، خاصّة للأطفال. لن أتوسّع في هذه النقطة كثيرًا فقد كتبت عنها سابقًا في كتبي وهي مخدومة كذلك في كتب أخرى كثيرة جدًّا.

(4) **الترفيه روح المنصّة:** صاغ الباحث مايكل ديفيتو مصطلح «روح المنصّة» لفهم كيف يتفاعل المستخدمون مع كل منصّة سوشيال ميديا على حدة، وذكر أن هذه الروح منفصلة عن الخوارزميات[2]. فروح منصّة فيسبوك مثلًا هي التواصل مع الأصدقاء والعائلة، وروح منصّة إنستاجرام هو التباهي بالإجازات وعرض اللحظات السعيدة والاحتفاظ بالذكريات، وروح تويتر هو مناقشة القضايا ذات الطابع السياسي

---

(1) Lorenz-Spreen, P., Mønsted, B.M., Hövel, P. et al. Accelerating dynamics of collective attention. *Nat Commun* 10, 1759 (2019).

(2) Michael Ann DeVito, Folk Theorization, Quickly.

والسجالات الفكرية، أمَّا تيك توك فروح منصّته هو الترفيه واللهو. يصبغ تيك توك عقل الشاب والفتاة بصبغة الترفيه واللهو إلى الأبد، فلا يكاد يتحمَّل مشاهدة أي محاضرات أو دروس أو محتوىً غير مصبوغ بهذه الصبغة.

ونختم هذا الفصل بسؤال بسيط: فقد يقول أحدهم بعد كل ما عرضناه أنه بإمكان الشخص أن يستعمل تيك توك ويتجنَّب مخاطره وينفصل عن تأثيراته السلبية.

وهذه فكرة لطيفة وجديرة بالنظر، لكن يؤسفني القول بأنها مثالية بعض الشيء. وهو الأمر الذي يؤكِّده جيمس ويليامز في كتابه (دفاعًا عن نورنا: الحرية والمقاومة في اقتصاد الانتباه) حيث يقول: «لدينا تدفُّق لا نهاية له من الملذَّات الفورية التي لم يسبق لها مثيل في تاريخ البشرية. يبدو الأمر كما لو أننا جعلنا الأطفال يعيشون في متجر للحلوى ثمَّ نطلب منهم تجاهل كل تلك الحلوى وتناول طبق من الخضار»[1].

(1) James Williams, Stand Out of Our Light: Freedom and Resistance in the Attention Economy. UK: Cambridge University Press, 2018.





# الفصل الرابع:

# كرامتي للبيع: البث المباشر، سباق التكبيس، والتسوُّل الإلكتروني


HTTPS://T.ME/MKTBTARAB

«ناس مسحولة لأجل الـ Like

ناس ع الـ Live

عايزين نفهم إيه الحوار»

من كلمات أغنية «المبدأ»، مروان بابلو،

صدرت في نوفمبر 2023م

في إحدى ليالي الشتاء الباردة لعام 2022م أرسل إليّ أحد الأصدقاء مقطعًا من أحد البثوث المباشرة لتيك توك TikTok Live كي يشرح لي طبيعة المنصّة. في ذلك الوقت لم أكن أعلم عن المنصّة شيئًا سوى أنها تطبيق للرقص والأغاني فقط لا غير، لكن المقطع الذي سأراه الآن سيغيّر فكرتي عن التطبيق إلى الأبد.

في ذلك المقطع، كان هناك شخصان يظهران في الفيديو جانبًا بجنب، كل منهما يصوّر بالكاميرا الخاصّة بهاتفه في إحدى غرف بيته، وهناك العديد من الأرقام والأشكال والهدايا والتعليقات التي لم أفهم غرضها في الفيديو. لكن كل هذا لم يكن مهمًّا، فالمقطع كانت تدور فيه حالة من الهستيريا المجنونة، كان الشخصان يصرخان بأعلى صوتيهما ويتبادلان نوعًا من الإهانات والوعود بالانتقام والتهديد بشكل لم أكن أفهمه، ما الذي يحدث؟ لماذا هذا الصراخ والعويل والسبّ؟

واصلت مشاهدة المقطع ولم أسمح لعدم فهمي أن يأخذني بعيدًا عن الفيديو، ثمّ في لحظة ما قال أحدهما إنه عليه أن ينفّذ تحدّي الآخر، فما كان من صاحبنا الآخر إلا أن أحضر نوعًا من الطلاء الأزرق وسكبه على رأسه حتّى أغرق جميع خصلات شعره ولطّخ وجهه بالكامل كذلك، وبعد لحظات قام الآخر بإحضار عدّة بيضات وقام بفتحها على رأسه كذلك ليغرق وجهه بسائل البياض اللزج ويدهن وجهه بالصفار المنساب على رأسه.

شاهدت هذا المقطع لأول مرّة في حياتي وأنا مذهول: فمَن هؤلاء الناس وماذا يفعلون؟ ومَن الذي يشاهدهم ولماذا؟ وما هذه المصطلحات الغريبة التي يتفوّهون بها مثل التكبيس والتحدّي والأسد وغيره؟ والأهمّ من كل ذلك: كيف تسمح تيك توك بهذا اللون من المحتوى على منصّتها؟

## كوكب البثّ المباشر

في أثناء إحدى مقابلاتي مع تيكتوكر صغيرة السنّ (12 عامًا)، أخبرتني أنها «تخاف» من الدخول في صفحة البثّ المباشر لتيك توك. فلما سألتها لماذا؟ ردّت قائلة بأنها تسمع عن أنه مكان «للناس الذين يفعلون أفعالًا سيئة» واستشهدت ببعض القضايا التي حوكم فيها بضع فتيات في مصر بتهمة التربُّح من شبكة بغاء عبر تطبيق تيك توك، وأحدثت هذه القضايا دويًّا واسعًا وصل إلى كبريات الصحف العالمية.

نفس شعور «الخوف» ذكره لي أحد الشباب الصغار كذلك (11 عامًا)، فرغم أنه يستخدم تيك توك يوميًّا عبر هاتفه، إلا أنه يخاف من فتح أي مقطع يرتبط بالبثوث المباشرة لتيك توك، وكان خوفه هذه المرّة لدواعٍ أخلاقية، حيث قال إن هناك ممارسات لا أخلاقية تتمّ عليه.

كرَّرت فتاة أخرى (19 عامًا) التخوُّف نفسه وصرَّحت لي بأنها لا
تفتح البث المباشر أبدًا، رغم أنها صانعة محتوى منذ أكثر من خمس
سنوات، فإن البثَّ المباشر بالنسبة إليها هو مساحة «ممتلئة بحاجات
غريبة وغير مفهومة» على حدِّ قولها.

لذلك، عندما بدأت في كتابة أفكار هذا الكتاب وترتيب فصوله،
قرَّرت أن أفرد فصلًا كاملًا خاصًّا بالبثِّ المباشر لتيك توك، فإن كان
التحقيق في تيك توك أشبه بالنزول إلى حفرة الأرنب، فإن النزول إلى
البث المباشر لتيك توك هو أشبه بالنزول إلى فوَّهة بركان خامد يمكنه
أن ينفجر في وجهك في أي لحظة.

تعود بداية البثِّ المباشر لتيك توك إلى عام 2019 حين أطلق
التطبيق خدمة البثِّ المباشر TikTok Live، لم تكن هذه الخدمة فريدة
في منصَّات السوشيال ميديا، فقبلها أطلق يوتيوب خدمة البثِّ المباشر
في 2011م، وأطلق فيسبوك خاصِّيَّة البثِّ المباشر كذلك في 2015، ثم
ظهر كلاب هاوس في 2019 وتبعه بث تويتر الصوتي.

وقبل كل ذلك كان هناك عالم مجهول من التطبيقات التي تقوم أساسًا
على البثِّ المباشر، ومعظمها من إنتاج الصين وسنغافورة، ومن أشهرها
وأوسعها انتشارًا: لايكي Likee، تانجو Tango، بيجو BIGO وميكو
Mico، وكلها تطبيقات ظهرت بداية من 2016 وسبقت تيك توك بسنوات.

صنعت هذه التطبيقات عالمًا خاصًّا بها، واستطاعت، من خلال
مكاسبها المالية وواجهاتها المغرية، أن تجذب فئات كبيرة من الشباب

والفتيات حول العالم. كما اتُّهِمَ بعض صُنّاع المحتوى فيه بممارسة الدعارة، ووصلت بعض الحالات إلى أروقة المحاكم في مصر بالفعل.

بالمثل، يمثّل تيك توك لايف عالمًا آخر تمامًا عن عالم تيك توك المعتاد، وقد استنسخ فكرته للبثّ المباشر أساسًا من هذه التطبيقات الموجودة بالفعل مثل لايكي وبيجو، ففي هذه التطبيقات يقوم صانع المحتوى (ويسمّى أيضًا المضيف Host أو Creator) ببدء بثوث مباشرة Live على التطبيق، وإذا نجح في جذب أعداد من المشاهدين فسيقوم بعضهم بدعم صانع المحتوى هذا ماديًا ليسمّى داعمًا.

هذا الداعم يشتري عملات افتراضية ويهديها لصانع المحتوى تحفيزًا له، ثمّ يقوم صانع المحتوى بتحويل تلك العملات الافتراضية إلى أموال حقيقية عبر التطبيق، وعند سحب الأموال الحقيقية، يحصل التطبيق على عمولته كنسبة شبه ثابتة (قرابة 65%) من إجمالي المبلغ الذي تمّ التبرُّع به من الداعم لصانع المحتوى.

على تيك توك يعتبر هذا منجم ذهب بالنسبة إلى صانعي المحتوى، فخوارزميات تيك توك تسمح بالانتشار فائق السرعة والتنوُّع، ممّا يعطي بريقًا لامعًا لحلم النجاح السريع والسهل على تيك توك، فكما أسلفنا في نهاية الفصل الماضي، لم يَعُد لدى الشباب طول البال الذي يجعلهم يستمرُّون في شيء إلى النهاية ولا يقومون بالدراسة الأكاديمية لأمد طويل (خصوصًا إذا كانت الفرص في السوق شبه معدومة والأجور متدنّية)، لذلك يمثّل لهم تيك توك لايف هدية فاتنة لهم توعدهم بالثراء السريع مقابل الظهور في بثّ مباشر.

## الجولات وسباق التكبيس

***«أنا أعتقد أن حلم كل شابٍّ صغيرٍ هو الشهرة على الإنترنت».***

*روري اليزا، تيك توكر أسترالية، 7 مليون متابع،*

*العمر: 22 سنة*[1].

يتنوَّع محتوى البثّ المباشر في تيك توك بتنوُّع الأنشطة البشرية، ومن أشهر أنواع البثوث على تيك توك: تصوير شخص وهو يلعب ألعاب فيديو مثل PubG وFortNite، أو تصويره لنفسه وهو يقوم بنشاط عادي مثل الطبخ أو التطريز أو ممارسة رياضة أو المشي في الشارع، أو حتَّى التصوير وهو منهمك في العمل في مقرّ العمل دون القيام بأي شيء آخر، وغير ذلك.

لكن أحد أشهر أنواع البثوث على تيك توك هو ما يسمَّى بالجولات. في هذه الجولات، يقوم شخصان أو أكثر بتقسيم شاشة البثّ بينهما ويبدآن جولة من خمس دقائق معًا. الهدف من الجولة هو الحصول على أكبر عدد من الإعجابات من المشاهدين، ومن يحظى بإعجابات أكثر هو الفائز، ويمكنهما دخول جولة ثانية وثالثة ورابعة إذا أرادا.

توفِّر الجولات فرصة لأصحاب البثّ أن يجمعوا قدرًا أكبر من المتابعين عبر اشتراك متابعي حسابات مختلفة في بثّ واحد، ومن أجل حصد أكبر عدد من الإعجابات في الجولة يطلب الشخصان من متابعيهما «التكبيس» أي الضغط على إعجاب، فكلما زاد عدد الضغطات

---

(1) الفيلم الوثائقي: TikTok Boom، 2021.

و«الكبسات» ازدادت فرص نجاح الشخص في البثّ، كما أن التكبيس له فائدة أخرى وهو زيادة فرص انتشار البثّ على خوارزميات تيك توك.

تنتهي الجولات بلا خسارة أو مكسب فعليًا في التطبيق، لكن كثيرًا من التيكتوكرز أضافوا بعدًا غريبًا على هذه الجولات؛ فمَن يكسب الجولة ويحصد القدر الأكبر من الإعجابات يقوم بإعلان «حُكم» على الآخر، والحُكم هذا هو تحدٍّ لا يمكن رفضه من الطرف الخاسر، فيخيِّره مثلًا بين ثلاثة تحديات يختار أحدهم، وغالبًا ما يكون هذا الحُكم فيه إهانة وتحقير وتشويه للشخص، مثل غمس الجسد في طلاء، أو شرب سائل غسول للشعر (شامبو)، أو رشّ الوجه ببودرة حارقة، أو غير ذلك.

ويصل الأمر في هذه «الأحكام» إلى مستويات غريبة من الإهانة وتحقير للذات، تصل أحيانًا إلى إهانة الأولاد أو الزوجات أو الآباء والأمهات في سبيل استمرار الجولات وإبهار الداعمين والحصول على قدر أكبر من الأموال، وبالطبع يتخلل الجولة سيل من الشتائم والسباب والصراخ والعويل، بشكل هستيري ومجنون.

لكن ربما يسأل أحدهم: لماذا يعرِّض إنسان نفسه لهذه المهانة أمام مئات وربما آلاف الناس؟ وما الذي يجعل سباقات التكبيس هذه جذّابة للغاية على تيك توك؟ الجواب هو ببساطة: المال.. فكيف يحدث ذلك؟

في خلال الجولات يقوم بعض المتابعين بإرسال «هدايا» إلى أصحاب البثّ، ومَن يرسل هدية يصبح داعمًا. هذه الهدايا هي أيقونات رقمية مثل الوردة أو الخاتم أو السفينة أو الأسد أو غير ذلك، يشتريها الداعم بأمواله الخاصّة ويهديها إلى صانع المحتوى، الذين بدورهم

يستطيعون صرفها كأموال حقيقية من تيك توك، ويأخذ تيك توك نسبته وعمولته منها والتي تقارب 65% من أصل مبلغ الداعم.

وتقوم دورة الربح على التالي: شراء أي هدية رقمية على تيك توك يكلِّف عملة رقمية على التطبيق تسمَّى عملات Coins. لنتخيَّل مثلًا أن الخاتم تكلفته على التطبيق 300 عملة، يقوم الداعم بشراء 300 عملة بتكلفة 4 دولارات، ثمَّ في البثِّ يرسل هدية الخاتم إلى صاحب البثِّ، فيقتطع تيك توك ما نسبته قرابة 65% من العملات المرسلة ثمَّ يحوِّلهم إلى حساب صاحب البثِّ إلى ألماس Diamonds، فيصل إلى حسابه 105 ألماس، ثمَّ يحوِّلهم إلى أموال حقيقية ويسحبهم من حسابه البنكي بقيمة 1.4 دولار.

هذه الدورة المالية فور أن تفهمها فيمكن للتيك توكر أن يجني ذهبًا من ورائها، وقد قام أحد التيك توكرز السعوديين بتجربة بثٍّ مباشر على تيك توك في فبراير 2023 ونشر فيديو بعنوان «كم قدرت أطلِّع فلوس من التيك توك في خلال أسبوع؟» وصوَّر كل التجربة من أولها إلى آخرها، واستطاع أن يحصد أكثر من 5000 دولار في خلال أسبوع واحد. هذا ببساطة ما يفسِّر لجوء الناس إلى الإهانة والتحقير والسبِّ والجنس على البثِّ المباشر.

## التسوُّل الإلكتروني: مخيّمات اللاجئين نموذجًا

أحيانًا يتعذَّر الخروج مع أشخاص مشتركين لإجراء بثٍّ مشترك وإقامة تحدٍّ وجولات، لذا يلجأ بعض التيكتوكرز إلى فكرة البثِّ المباشر وحدهم من أجل الحصول على المال، لكن كيف سيحصلون على المال وهُم يفتقرون إلى محتوى يميِّزهم عن غيرهم؟

هنا تظهر فكرة «التسوُّل الإلكتروني»، في هذا النمط من البثوث المباشرة يضع الشخص كاميرا الهاتف أمامه ويقوم حرفيًّا بكل ما هو مستهجن وغريب ودنيء من أجل لفت انتباه المشاهد والداعمين. وبين الفينة والأخرى يقطع الشخص ما يفعل ليطلب من الداعمين تقديم مال له.

وعلى سبيل المثال لا الحصر: هناك نمط انتشر عام 2023م يضع فيه الشخص صحنًا من الطعام أمامه ولا يأكله، ثمَّ يحلف ويقسم بأيمانٍ مغلَّظة إنه لن يأكل وسيموت من الجوع إلا إذا أرسل إليه الداعمون أموالًا وهدايا، ويظل الشخص يستجدي الداعمين والمشاهدين ويكرِّر أيمانه المغلَّظة لمدَّة تفوق الساعة والساعتين والثلاث، ثمَّ يغلق البثَّ ويكرِّر الأمر نفسه في اليوم التالي، وهكذا.

شخص آخر يصوِّر نفسه وهو يجلس في حوض الاستحمام «البانيو» تحت صنبور المياه وهو بكامل ملابسه ولا ينطق سوى بكلمتي «أنا سمكة» ويظل يكرِّر الكلمة نفسها لمدَّة ثلاث ساعات متواصلة، وهكذا روتينه اليومي على البثِّ. حصل هذا الشخص على 7000 مشاهد حي

في البثِّ المباشر لإحدى بثوثه التي رأيتها، كما أن فيديو واحدًا له حاز 8 مليون مشاهدة.

وقد اعترف أحد أشهر التيكتوكرز المصريين على البثِّ المباشر في أثناء إجرائه لبثٍّ مع ثلاثة أشخاص آخرين أنهم كلهم «شحّاتون» أي متسوِّلون، وعندما امتعض بعض الحاضرين من الكلمة قال الرجل «علينا أن نعترف أننا شحّاتون، وكلنا هنا على البثِّ شحّاتون ونريد المال، أنا شحّات وأنت شحّات وأنتِ شحّاتة».

الأمر نفسه تكرر مع صاحب بثّ «أنا سمكة» حيث خرج في جولة مع ثلاثة تيكتوكرز آخرين وعندما بدأت إحدى الفتيات المشاركات معه في البثِّ المباشر الاستهزاء به، قال لها بمنتهى الصراحة ألا تلومه «لأنها طالعة تشحت هي كمان على البثّ».

وقد صرَّح الممثِّل المصري فادي خفاجة في إحدى بثوثه المباشرة في سبتمبر 2023 أنه لم يخرج في بثوث تيك توك إلا لأنه لم يجد عملًا في الوسط الفني والإعلامي، ممَّا اضطرَّه إلى التسوُّل الرقمي على تيك توك.

لا أظن أنني أحتاج إلى مزيد من الإيضاح حول سوق الكرامة هذا المعروض على تيك توك، لكن تبقَّى إلى أن أشير إلى تقرير مهم أذاعته شبكة BBC عندما التقطت خيطًا من بثوث تيك توك المباشرة في مخيَّمات اللاجئين السوريين.

شاع في تلك المخيمات نمط موحَّد للبثوث: رجلٌ كهلٌ ملتحٍ لا يكاد يقوى على الكلام، يحيط به أبناؤه وبناته وهُم يتحدَّثون بلغة إنجليزية

مكسورة ويردِّدون عبارات موحَّدة طيلة البحث: بليز شير (من فضلكم شاركوا)، جيف آس ماني (أعطونا أموالًا)، لايك لايك، سيند مي أ جيفت (أرسل لي هدية)، وهكذا.

أو امرأة عجوز تجلس في الخلفية ويتقدَّمها شابٌ يردِّد هذه الكلمات، أو طفل بُتر أحد أطرافه ومعه أمُّه وهُما يردِّدان العبارات نفسها، وتتكرَّر في المخيَّمات هذه البثوث بشكل واسع، ممَّا يدفعنا إلى سؤال: لماذا يخاطب هؤلاء اللاجئون متابعيهم باللغة الإنجليزية رغم أن جمهورهم -طبقًا لخوارزميات تيك توك- لن يتعدَّى نطاق محيطهم الجغرافي في سوريا وما حولها؟

قدَّمت شبكة BBC الإجابة في تحقيق خاصٍ نشرته في أكتوبر 2022 حيث كشفت أن ثمَّة شبكة/وكالة تقوم على الآتي: تشتري شريحة إلكترونية (خط) بريطاني مفعَّل من داخل بريطانيا ثمَّ تقوم بشحنه إلى داخل مخيَّمات اللاجئين، وبذلك عندما تُفتَح الشريحة في مخيَّم سوري فإن تيك توك سيقرأ الشريحة على أنها لمستخدم بريطاني ومن ثمَّ سيجعل البثَّ يظهر للجمهور البريطاني، ممَّا يفسِّر سبب حديث هؤلاء اللاجئين باللغة الإنجليزية في البثوث.

بعد ذلك تتفق هذه الشبكة/الوكالة مع اللاجئين على التسوُّل الإلكتروني على تيك توك، وتعلِّمهم كيف يفتحون بثوث ويقومون بجمع الأموال والهدايا، ويلقِّنونهم مجموعة من العبارات للتسوُّل. لكن تيك توك يشترط لأي حساب جديد أن يكون لديه 1000 متابع قبل إمكانية دخوله على بثٍّ مباشر. تغلَّبت الشبكة/الوكالة على هذه العقبة عبر إنشاء علاقات مع موظَّفين داخل تيك توك نفسه، ليقوموا بتفعيل

خاصية البثّ مباشرة للاجئين الجدد عند استلامهم لهذه الشرائح الإلكترونية من داخل مقارّ تيك توك نفسه.

وبعدها يبدأ اللاجئون في حصد الأرباح ويتشاركون مع الوكالة/ الشبكة هذه الأرباح، بجانب حصّة تيك توك نفسه، وبما أن تيك توك يأخذ حصّته (قرابة 65%) وتأخذ الوكالة حصّتها (نحو 25%) فإن هذا يعني أن 90% تقريبًا من مبلغ المتبرِّع لن يذهب إلى اللاجئ نفسه وإنما إلى تيك توك وهذه الشبكة/الوكالة.

وتتفق هذه الشبكة/الوكالة على إجراء بثّ كل يوم لعدّة ساعات متواصلة، تمامًا كأنها وظيفة ذات دوام كامل. والمحصّلة أنه العائلة التي تجمع مثلًا 10 دولارات من التبرُّعات بعد يوم شاقّ في التسوُّل، ستحصل في النهاية على دولار واحد أو دولار ونصف فقط.

تمثِّل هذه «الوظيفة» بالطبع فرصة ذهبية لبعض اللاجئين ممّن حُرموا من أساسيات الحياة، ويعيشون في حالة من الضنك الشديد، ومع انتشار هذه البثوث للتسوُّل الإلكتروني، يزول حرج التسوُّل شيئًا فشيئًا من نفوس الناس ويُطبِّع التسوُّل ويُمرِّر وسط الناس كشيء عادي وطبيعي لا مشكلة فيه. وكل مَن يزور المخيّمات الآن يدرك أن هناك مشكلة تسوُّل حقيقية تسبَّبت فيها عدّة أطراف دولية وإقليمية، ووضع المخيّمات شديد البؤس لمَن يعرف وزار بنفسه.

هناك أشكال أخرى للتسوُّل الإلكتروني على بثوث تيك توك المباشرة، منها: تمثيل الشخص بأنه حيوان أو طائر، أو حمل لافتة

تقول: «أريد شراء أيفون 15» وطلب المال لذلك، أو الدعاء المستمرُّ لمَن يتبرَّع بالمال لصاحب البثّ، أو البثوث الجنسية والإباحية، أو غير ذلك

في إحدى المقابلات صرَّح اليوتيوبر الأردني ماهركو أنه خرج في بثٍّ مباشر على تيك توك لمدَّة ساعة واحدة وحقَّق ربحًا من هدايا الداعمين مقداره 6000 دولار، وأقسم بالله إنه يعرف صديقًا له حا 50.000 دولار في خلال ساعة واحدة أيضًا. ومن خلال تتبُّع عدد من التيكتوكرز وما يحكونه من أرقام، نستطيع القول إن هذه أرقام غير خيالية بالفعل.

والآن بالنسبة إلى شخص معدوم، أنفق حياته في التعليم ولم يجد وظيفة مناسبة بعد، ويريد توفير احتياجات الحياة الأساسية، هل سيتردَّد هذا الشخص في فتح بثٍّ مباشر على تيك توك بعدما يسمع هذه الأرقام؟

## غسيل الأموال على تيك توك

بعدما فهمنا كيف يعمل تيك توك على اجتذاب بعض الفئات المعدومة والفقيرة، وكيف يوفِّر عملًا مربحًا لمَن لا عمل له، وكيف تتعاقد بعض الوكالات مع الشركة الأم بغرض استغلال معاناة الناس حان الوقت للحديث عن جانب آخر من البثّ المباشر لتيك توك وهو غسيل الأموال. هل يعقل أن يستخدم الناس البث المباشر للتغطية على أموالهم المكتسبة من مصادر غير شرعية؟

في الحقيقة، نعم. ففي أغسطس 2022 قامت السلطات التركية بنشر بيانٍ عبر إحدى مؤسَّساتها الرقابية قائلة بأنه في خلال سنة

ونصف حُوِّلَ 82 مليون دولار عبر تيك توك، معظمها ذهب إلى حسابات بعينها على هيئة هدايا[1].

وهذا الأمر ليس خاصًا بتركيا، بل هو ممتدٌّ في العالم بأسره، فمثلًا في مايو 2023، أُدِينَ أحد التيك توكرز في أمريكا واسمه Denish Sahadevan بغسيل الأموال عبر تيك توك وبلغ مجموع المبلغ الذي أراد غسيله 1.2 مليون دولار.

ويمكن لأي متابع لبعض البثوث على تيك توك أن يجد بثًّا مباشرًا وتحدِّيًا بين اثنين مِنْ المجهولين، ومع ذلك يصل إليهما ملايين الإعجابات والهدايا التي تترجم إلى آلاف الدولارات في بثٍّ واحد، وربما يكون هذا البثُّ أصلًا عبارة عن صورة سوداء ثابتة، ممَّا يوحي بوجود شبهة جنائية حول البثّ.

وربما يسأل سائل: أليس من غير المنطقي أن يضحّي صاحب الأموال غير الشرعية بنسبة 65% أو 70% من أمواله (وهي عمولة تيك توك) مقابل أن يضعها في حسابه الشخصي؟ والحقيقة أني لا أملك جوابًا على هذا السؤال، لكن الواقع يقول إن الأمر حاصلٌ بالفعل ويحتاج إلى بحث واستقصاء أكثر.

---

(1) Türkiye takes action against TikTok money laundering, Daily Sabah.

## حياتك مسرح مفتوح

هنا نطرح سؤالًا: فمن تصوير بثٌّ مباشر على تيك توك من حمّام البيت، إلى مقرّ العمل، إلى غرفة النوم، إلى طاولة العشاء، إلى المسجد والشركة والشارع والنادي.. ما الذي يتبقّى للإنسان من خصوصية إزاء كل هذا التصوير العلني، كيف أصبحت حياة التيكتوكرز مسرحًا مفتوحًا للمتفرّجين؟

أذكر أني في صغري، كنت لا أعرف شكل غرف النوم، ولا التقسيمات الداخلية للبيوت، ولا أدخل غرفة من غرف البيوت التي أزورها سوى المساحة المحدّدة التي يستضيفني صاحب البيت فيها، ولم أكن على دراية بأنماط وألوان وأشكال بقية الغرف في البيوت لأنها ببساطة كانت لها حُرمتها، هكذا تبلور في ذهني مصطلح «حُرمة البيوت» وعورات البيوت.

الآن صار دولاب الملابس مزارًا سياحيًا، وغرف النوم قبلة تيكتوكية ومصاريف البيوت وخزينها وثلاجاتها وكل تفصيلة فيها محطًا للأنظار ووسائل للتريند. حُرمة البيوت صارت سلعة تُباع وتُشترى، حتى النوم نفسه أصبح هناك بثوثًا له، أسرة كاملة تنام وتغطُّ في نوم عميق وهي تصوّب الكاميرا عليها لتبثّ بثًّا مباشرًا وهم يتقلّبون ويخرجون أصواتًا في أثناء نومهم.

يستحقُّ هذا الأمر أن نقف عنده ونتحدّث عن تحويل حياتنا إلى مسرح أو النظر إلى الحياة كمسرح، كُتِبَت العديد من المؤلفات في علم الاجتماع باعتبار المجتمع كمسرح يؤدّي فيه الناس أدوارًا تمثيلية بحسب كل شخص ودوره في المسرح الكبير للمجتمع، ومن أشهر هذه الكتب كتاب (مجتمع الاستعراض Society of the Spectacle)

و(تقديم الذات في الحياة اليومية The Presentation of Self in Everyday Life).

لكننا هنا نريد أن نشير تحديدًا إلى أثر تيك توك في تحويل حياة الناس الخاصة إلى مسرح، لم يَعُد من المستغرب الآن أن تجد في نصف الطريق شابًا يعطل الطريق ويرفع يده وهو يصوِّر نفسه في فيديو من أجل تيك توك، أو فتاة ترقص في منتصف الشارع أو في قاعة درس أو حتَّى في طائرة، بل إن رجلًا صوَّر نفسه وهو يصلِّي في مسجد ويضع الكاميرا أمامه ويتابع البثَّ المباشر بعينيه مع كل حركة في الصلاة، كل ذلك من أجل تيك توك.

ويحضرني هنا قصة لطيفة، إذ إنه في أحد مساجد الهند، قامت فتاة هندية بتصوير نفسها وهي ترقص أمام المسجد، فاضطرَّ إمام المسجد إلى تعليق لافتة تحظر تصوير أي فيديو لتيك توك أمام المسجد، فلما سأله أحد الصحفيين: كيف تعرف أن شخصًا يصوِّر فيديو لتيك توك ولا يصوِّر فيديو آخر؟ كان ردُّ إمام المسجد لافتًا: «عندما أرى شخصًا يصور، أستطيع التمييز فورًا إذا كان يصوِّر لتيك توك أم لا». ويعني بذلك أن نمط التصوير وأداء الشخص وحركات جسمه وتعبيرات وجهه يمكن تمييزها بسهولة.

هذه النزعة إلى تحويل الحياة إلى مسرح تجعل الشاب والفتاة يرى كل شيء بمنظار الإعجابات والمشاهدات، كل جلسة مذاكرة، كل نزهة مع الأصدقاء، كل حوار مع الأهل، كل موقف مع الزوجة، كل شيء صار «محتوى» قابل للتصوير والبثِّ للعلن.

كما شكَّل هذا الأمر أيضًا رغبة في الحصول على كل شيء بصورة مثالية. لنفترض أنك تريد المشاركة على وسائل التواصل الاجتماعي

حول النبات الصغير الذي بدأت في زراعته في منزلك، فعليك أن تختار شكلًا جميلًا للنبات، لن تزرع الفول مثلًا، كذلك يجب أن يبدو أطفالك لطيفين، وزوجتك رائعة، وعطلتك الصيفية باهرة، في عصر الصورة يجب أن يكون كل شيء قابلًا للتصوير والنشر على العلن.

وإذا لم يكن هناك في حياتك أي محتوى فسيدفعك تيك توك إلى اختراع محتوى من اللاشيء. خُذ عندك مثلًا ما فعله أحد التيكتوكرز المصريين، وكان والدًا لطفل ذي ستّ سنوات، حاول هذا الأب أن يزيد عدد المتفاعلين مع حسابه، فاستجلب ابنه وأحضره أمامه، ثمّ أخبره أن صديقته تخونه مع زميله، وظلّ الأب يمطر الطفل بوابل من الأسئلة، وقف الطفل أمامها مدهوشًا ثمّ انطلق يدافع عن حُبّه للفتاة.

وفي فيديو آخر جاء الوالد بأخت الطفل واصطنع مكالمة مزيّفة أمر فيها الطفلة بلعب دور صديقة الطفل، وظل يصوّر المكالمة بينما الطفل «يعترف بحبّه» لصديقته، ورفع الوالد المقطع بعنوان «خناقة بسنت ومحمد هتموت من الضحك». وهكذا صارت خصوصيات الأسرة ضائعة وأضحت العائلة بالنسبة إلى هذا الرجل مجرّد مسرح غرضه إضحاك الجمهور.

ومن ضمن تجلّيات تحويل الحياة إلى مسرح هذا الأمر هو ما يسمّى بإظهار المشاعر في العلن Public Display of Affection أو PDA. وهي نزعة تقوم على التعبير عن المشاعر بشكل علني أمام الناس، فلا تكون المشاعر صادقة إلا بإعلانها، ويشمل ذلك المشاعر الحميمية والقُبلات ونحو ذلك.

ولذلك ساهم تيك توك مثلًا في نشر ثقافة التقدّم العلني للفتاة، حيث يركع الشابُّ أمام الفتاة ويطلب يدها في أداء استعراضي مسرحي

مبتذل وسخيف لا يتوافق أبدًا مع ثقافة منطقتنا وهُويتها، ناهيك بمخالفته الصريحة للشريعة الإسلامية.

هناك مثلًا يوتيوبر سوري طلب يد فتاة سورية في ألمانيا بهذه الطريقة المبتذلة فركع على ركبته وأعَدَّ حفلًا كبيرًا وتجمُّعًا لعشرات الناس لكن الفتاة رفضته في نهاية المطاف، تداول التيكتوكرز والشباب أخبار هذين الشخصين وظلًا موضوعًا لتريند ومشكلات وحوارات لعشرات الأيام.

هنا كان تيك توك سببًا في تحويل حدث شديد الخصوصية مثل التقدُّم لفتاة من مسار البيت المغلق وسؤال ولي أمر الفتاة إلى حدث علني استعراضي مفتوح لكل مَن هَبَّ ودَبَّ.

ومع تحويل حياة التيك توكر شيئًا فشيئًا إلى مسرح استعراضي، نجده أحيانًا يصاب بما يسمى بـ «الجمهور المتخيَّل»، وهي حالة نفسية تظهر في مرحلة المراهقة، يحس فيها المراهق أنه يستلزم عليه أن يكون Cool أو «جامد» أو جذَّابًا في كل موقف وعبر كل الأوقات لأنه يشعر دومًا أنه مراقب وأن الأعين تنصبُّ عليه.

يأخذ تيك توك هذه الحالة النفسية المراهقة ويضاعفها حتّى تشمل جميع مناحي الحياة في جميع مراحل العمر، وبحسب درو كينجل، أستاذ التواصل بجامعة كاليفورنيا، فإن حالة «الجمهور المتخيَّل» تعبِّر عن هذا الإحساس بأن هناك آخرين دومًا يفكِّرون فينا وينتبهون إلى ما نفعله، وهي حالة مراهقة تتمحور حول الذات»[1]

---

(1) Maiken Scott, When the Imaginary Audience Becomes More Real, Whyy.




الفصل الخامس:
الجانب المظلم من تيك توك



أشعر أن القارئ عندما يقرأ عنوان هذا الفصل ربما يبادرني بسؤال ألم يكن في الفصول السابقة ما يكفي من سلبيات تيك توك، حتّى تفرد فصلًا كاملًا عن الجانب المظلم من تيك توك؟ ودعني أقول لك: صدّقني عزيزي القارئ إن كل ما ذكرته في الفصول السابقة شيء، وما ستجده في هذا الفصل شيء آخر.

وهذا الجانب المظلم من تيك توك ليس مظلمًا لأنه مخفيٌ عن الأنظار، بل هو على أعين الناس جميعًا، وبفضل خوارزميات تيك توك التي تلعب العشوائية فيها دورًا كبيرًا يمكن أن يتعرّض أي إنسان على التطبيق لهذا المحتوى المظلم دون تمييز، مهما كان نمط استخدامه أو محتواه الذي يشاهده أو يصنعه.

## قديمًا كانت إباحية، الآن صارت محتوى

ذكرنا آنفًا أن محتوى تيك توك في بدايته عند إطلاقه في 2019 كان يركز على محاكاة الشفاه للأغاني Lip-Syncing وعلى الرقص ثمّ تطوّر بعد ذلك المحتوى وتشعّب إلى مساحات أخرى

لكن إحدى الخصائص التي بقيت مميَّزة للتطبيق هو أن الرقص صار سمة مركزية في أي نوع من أنواع المحتوى تقريبًا، يمكن إضافته أو التخلّي عنه حسب مزاج صانع المحتوى.

وحتّى في أقصى ألوان المحتوى مأساوية يمكننا أن نجد الرقص حاضرًا فيه، فمثلًا يشيع بين بعض صُنَّاع المحتوى الرقص في كل شيء، عندما تُقَدَّم مراجعة لكتاب، عندما يتمُّ الحديث عن معاناة الفلسطينيين، بل عندما يتمُّ الحديث عن الاضطرابات النفسية والأمراض العضوية.

حتّى في أخبار الوفيات نجد بعض صناع المحتوى يرقصون وهُم يكتبون كلامًا على الشاشة مفاده أن أحد أقاربه توفّي، مثل أمٌ صوَّرت نفسها وابنها ما زال مولودًا في حضانة المستشفى يعاني خطورةً على حياته، أو ولد صغير يرقص بجانب جدّه المتوفَّى على سرير الموت وغير ذلك من مقاطع تكشف أن وسيلة الرقص حاضرة دومًا وأبدًا في روح التطبيق.

وعلى قدر «البهجة» و«المتعة» للرقص على التطبيق، إلا أن له ثمنًا فادحًا: فقد صار مستوى الإباحية على التطبيق عاليًا جدًّا، وما كُنَّا نعتبره منذ سنوات قليلة «محتوًى إباحيًّا» صار الآن محتوًى عاديًّا على تيك توك، فالكشف عن مفاتن الجسم، وارتداء ملابس مغرية والرقص الإغرائي، والتزيُّن ومساحيق التجميل وحركات الجسد والأعين والشفاه الجنسية، كل ذلك صار مألوفًا على التطبيق بشكل طبيعي، ولم يَعُد هناك وجه لإنكاره لأنه كما ذكرنا أصبح «روح التطبيق».

وهنا نشير إلى إحصائية خطيرة يجدر الاستشهاد بها: ففي بريطانيا، في عام 2015، تعرَّض 8% من الأطفال ذوي 11 عامًا إلى محتوى إباحي، وفي غضون خمس سنوات فقط، أي في عام 2020 ارتفعت النسبة إلى 51% للعمر نفسه، والسبب الرئيسي في ذلك كان تيك توك وسناب شات[1]. ولا أعتقد أن عالمنا العربي سيكون بعيدًا عن هذه النِّسَب، إن لم يتجاوزها بالفعل.

هذا الأمر خطير من جهة ارتفاع مستويات هرمون الدوبامين في أجسامنا الذي يُفرَز عند مشاهدة مثل هذه المشاهد الفاتنة، وخطير أيضًا من جهة انحدار القيم الاجتماعية لمستخدمي التطبيق بشكل عام وخطير كذلك من ناحية تطبيع الحرام وتسهيل الوصول إليه.

وهنا أستعين برسالة الماجستير التي نشرتها الباحثتان عماراني فايزة وملاك صبرين تحت عنوان: «مواقع التواصل الاجتماعي وانحراف الفتيات: التيك توك والواتساب نموذجًا» أجرتا فيها مجموعة من المقابلات مع فتيات جزائريات تستخدمن تيك توك لأغراض الدعارة والإباحية، منهن فتاة مطلَّقة تبلغ من العمر 19 سنة، تقوم بنشر فيديوهات مباشرة للممارسة الجنس والدعارة وممارسة الرذيلة بالإضافة إلى مقاطع رقص في أماكن عامَّة.

---

(1) 2016 NSPCC: I Wasn't Sure I Was Normal to Watch it. London Middlesex University Study.
2022 British Board of Film Classification Study: Young People, Pornography, and Age Verification.

وكان إحدى نتائج هذه الرسالة البحثية هو أن كثيرًا من مقاطع الفيديو لهذه الفئة من الفتيات تظهر بشكل عشوائي على الصفحة الرئيسية لتيك توك، وكانت من ضمن صفات هذه المقاطع: التعرّي وإبراز مفاتن جسد الفتاة بقصد الإغراء، نشر فيديوهات مخلة بالحياء، الرقص بشكل جنسي، الكلام اللا أخلاقي، تعاطي الحبوب المهلوسة، والسباب والتنابز بالألقاب[1].

نقل تيك توك الأخلاقيات الإباحية والإيحاءات الجنسية والرقصات الإغرائية إلى داخل غرف البيوت، ومن ثمّ فالفتاة التي لم يكن بإمكانها الذهاب إلى الديسكوهات أصبح بإمكانها الرقص في المنزل وإظهار مفاتنها، والرجل الذي كان يخجل من التعرّف على النساء وإقامة علاقات غير شرعية أصبح بإمكانه ذلك وبسهولة، والشاذُّ الجنسي الذي كان يخاف من لوم واستنكار المجتمع أصبح بإمكانه الاعتراف بشذوذه بكل حُرِّيَّة، والفتاة التي كان يمنعها آباؤها من الحديث مع الشباب أصبح بإمكانها فعل ذلك. ومما زاد الطين بلّة أن هذه (الحُرِّيَّة الافتراضية) أضحت تنتقل شيئًا فشيئًا إلى العالم الواقعي.

وقد تسبَّبت مشكلة تطبيع الإباحية على تيك توك في مشكلة أضخم بكثير، فبسبب وجود شرائح كبيرة من صغار السنِّ على التطبيق، الذين يرقصون ويلهون ويؤدُّون حركات إغرائية، ظهرت شبكات كاملة وضخمة على التطبيق في قضية الدعارة والجنس وتحديدًا الغلمانية / البيدوفيليا أو اشتهاء الأطفال، كما سنذكر في الفقرة القادمة.

---

(1) عمارني فايزة، مواقع التواصل الاجتماعي وانحراف الفتيات: التيك توك والواتس آب نموذجًا، الجزائر: جامعة العربي التبسي، 2022م.

## تيك توك: حلم الغلمانيين (مشتهو الأطفال)

وسط هذا الكمِّ المخيف للمحتوى الإغرائي والإباحي على تيك توك فتح التطبيق بابًا غريبًا ووفَّر فرصة ذهبية لم تكن موجودة من قبل قط لفئة شاذة من الناس: الغلمانيون الذين يتصيَّدون ويشتهون صغار السنِّ لممارسة الرذيلة معهم واستدراجهم إلى الحرام.

قبل تيك توك، كان البحث عن محتوى إغرائي لمَن هُم أقل من 18 عامًا على شبكة الإنترنت أمرًا صعبًا جدًّا وشاقًّا للغاية، وكان يستلزم الدخول على الإنترنت المظلم Dark Web أو الإنترنت العميق Deep Web من أجل الظفر ببعض المقاطع الإغرائية والإباحية للأطفال، وكانت هذه المقاطع تُباع بأسعار غالية جدًّا.

أمَّا الآن فقد أحدث تيك توك نقلة نوعية في المحتوى الإغرائي للأطفال ووفَّر ملايين المقاطع الإغرائية لهم التي تُمكن الغلماني من الحصول على مبتغاه الشيطاني. صحيح أن الحديث عن استغلال الغلمانيين لوسائل التواصل الاجتماعي من أجل استدراج الأطفال للجنس ليس شيئًا جديدًا، فما دام تناولت تقارير كيف يُستَغَلُّ فيسبوك وتويتر وإنستاجرام من أجل تواصل الغلمانيين مع الأطفال، لكن تيك توك قدَّم للغلمانيين طبقًا من ذهب لم يكن متوفرًا قبل ذلك.

فمنذ بدء ميوزيكلي (الذي تطوَّر لاحقًا إلى تيك توك) كان هناك أطفال يبلغون من العمر 10 سنوات فأكثر يرقصون بأشكال إغرائية، ذكورًا وإناثًا، وأحيانًا لا يرتدي الولد الصغير قميصًا ويكون نصف عاري

بالفعل، ومثله الفتاة الصغيرة التي تتعمَّد إظهار «مفاتنها» تقليدًا لأغني
تحاكيها في المقطع الخاص بها.

وقد نشرت قناة PayMoneyWubby مراجعة لهذا اللون من
المحتوى على ميوزيكلي في يوليو 2018م احتوى على مقاطع لأطفال
ذكور يتعرّون أمام الكاميرا ويفعلون بألسنتهم وشفاههم وأيديه
حركات جنسية صريحة، وقال صاحب القناة إن ميوزيكلي هو «حُل
كل الغلمانيين».

هذا النمط من الفيديوهات الإغرائية لا يزال حيًّا على تيك توك، بل
إنه صار اعتياديًّا إلى حدّ أن شبكة نتفلكس أنتجت فيلمًا في 2020
بعنوان Cuties يصور أطفالًا بعمر 11 إلى 14 عامًا وهُم يرقصون
بحركات إثارية ويضعون كميّات هائلة من مساحيق التجميل بالإضاف
إلى أزيائهم الفاتنة والجاذبة كتلك التي يلبسها الكبار.

عندما شاهدت إعلان الفيلم لم أشعر إلا بالتقزُّز والغثيان إزاء م
يحدث من تطبيع لانتهاك الطفولة وتصوير الأطفال بصورة جنسية
وبالفعل حصد الفيلم نقدًا هائلًا اضطرت نتفلكس في النهاية إلى حذفه
من قائمة أفلامها، لكن الاتجاه يبدو واضحًا: هناك نزعة معاصرة لدفع
الأطفال في محاكاة الكبار من حيث الرقص والغناء والإغراء، وتيك توك
ضاعف هذه النزعة أضعافًا مضاعفة، ولعله هو السبب الرئيسي في
انتشار هذه الظاهرة.

ولذا نجد أنه في العام نفسه، 2020م، نشرت صحيفة دايلي ميل
البريطانية تقريرًا يتحدَّث عن مجموعة كبيرة من الآباء في أستراليا

اكتشفوا أن أبناءهم الذين يبلغون من العمر 8-12 عامًا قد تلقّو
رسائل وصورًا من الغلمانيين أو مَن يشعرون برغبة جنسية تجاه
الأطفال، والغريب أن الشريحة التي أعلنت ذلك بدت واسعة لا مجرّد
حالات فردية[1]. كما نشرت صحيفة The Sun البريطانية تقريرًا عن
الموضوع نفسه[2]، وكذلك صحيفة The Mirror[3]، وغيرهم.

لكن هذه المشكلة لا تقتصر على «مصيدة» التطبيق للأطفال وتصيُّد
الغلمانيين للأطفال عليه بسبب مقطع هنا أو فيديو هناك، بل إن بعض
الأطفال تحت سنّ 18 عامًا يجرون بثوثًا مباشرة إباحية صريحة، وهو
أمر لم يكن موجودًا من قبل على أي وسيلة تواصل اجتماعي.

فلنعطِ مثالًا: فتاة تبلغ 15 عامًا، تضع كاميرا في غرفة نومها، ونجد
في منتصف الغرفة كرسيًا أو سارية، تضع الفتاة مساحيق تجميل
وترتدي ملابس إغرائية، وتفتح بثًّا مباشرًا وتُصوِّر نفسها وهي تتمايل
وتتلاعب بطرق إغرائية وتتكلّم بطريقة إباحية من أجل سيلان لعاب
الجمهور الغلماني.

بالطبع إذا قدّمت صاحبة البثّ محتوى إباحيًا صريحًا ستُحظَر
فورًا، وأحيانًا يمسح التطبيق البثّ ويحظر المستخدم إذا استطاعت

(1) Rebecca Camber, Parents are warned as children as young as five are being groomed by paedophiles' through TikTok app. DailyMail.

(2) Thomas Burrows, Kids as young as eight being groomed by predators on TikTok app that is more popular than Snapchat. The Sun

(3) Oliver Milne, TikTok faces official probe over fears it's a 'magnet for paedophiles'. The Mirror.

الخوارزميات الآلية اكتشافه، لكن من أجل تجنُّب خوارزميات التطبيق لجأ هؤلاء «الأطفال» إلى استخدام رموز وتشفيرات معينة، حقّق فيها أحد اليوتيوبرز الأمريكيين على قناته Upper Echleon وذكر كيفية عملها.

زار هذا اليوتيوبر عددًا من بثوث تيك توك الإباحية لأطفال تحت سنّ 18 عامًا، في هذه البثوث يضع كل طفل لافتة مكتوبة بخطّ اليد أمام الكاميرا مكتوب فيها عدد من البنود وأمام كل بند رمز مرسوم، مثلًا: رقص=مظلّة، قدم=تفّاحة، مؤخرة=كرز، صدر=نظّارة، رقصة استدارة=شمس، وهكذا. والرسالة المقصودة هي أنه مَن أراد من المتابعين أن يُظهِر الطفل جزءًا معيّنًا من جسمه فليكتب هذا الرمز في التعليقات ليقوم الطفل بإظهارها في الكاميرا.

يلجأ صاحب البث إلى هذه الحيلة (الشفرة) من أجل تجنُّب خوارزميات تيك توك. وبعض الطلبات لا يلبِّيها صاحب البث إلا عبر إرسال أموال وهدايا. وقد سأل صاحب قناة Upper Echleon أحد البثوث الإباحية هذه عن عُمر صاحبة البث، فلما صرّحت صاحبة البث بأنها أقل من 18 عامًا، فورًا أُغلِقَ البثّ وحُظِرت الصفحة من قِبَل تيك توك لأن الخوارزميات التقطتها.

هذا الأمر لا يقتصر على المجتمع الأمريكي، بل إن هناك ممثِّلين إباحيين صريحين من كل الجنسيات، وكذلك من الجنسيات العربية يتحدّثون في كل الأمور الجنسية على تيك توك، ويبدو أن تيك توك وفّر لهم منصّة للوصول إلى الشباب الصغير لم توفرها لهم منصّات مثل فيسبوك وإنستاجرام، ومن ثمّ فإن هؤلاء الممثّلين الإباحيين العرب

وبائعات الهوى العربيات ينتشرن بشدَّة على تيك توك، ولهُنَّ متابعون وأصدقاء وتحدِّيات وجولات، بل ومسابقات.

وقد سمعت إحدى هؤلاء الفتيات اللاتي يعرضن خدماتهن الجنسية للبيع تقول بكل فخر على جولة في بثٍّ مباشر إنها «أول مَن تمارس الجنس على تيك توك لايف» ورغم ذلك لم يغلق تيك توك حسابها، بل كان الضحك والتشجيع و«التكبيس».

## تزييف الاضطرابات النفسية

جانب آخر من جوانب تيك توك المظلمة توك هي تعزيز الاضطرابات النفسية بسبب ترشيح خوارزميات تيك توك لها. فطبقًا للخوارزميات ينبغي لكل مستخدم أن يظهر له في صفحة تيك توك ما يوافق هواه ومزاجه وتفضيلاته، لكن ماذا لو كان مزاجه مُضرًا لنفسه؟ هل سيحميه تيك توك أم سيعرِّضه للمخاطر؟

عرض الفيلم الوثائقي الأسترالي TikTok حالة الفتاة لورن هيمينجز التي حمَّلت تيك توك للحصول على بعض المتعة وتصفُّح بعض المقاطع المضحكة، عندما حمَّلت التطبيق بدأت في متابعة بعض الحسابات التي تقدِّم محتوى للصحَّة الجسدية، وأعجبت هيمينجز بحساب فتاة معيَّنة كانت تشابهها في تكوينها الجسماني ثمَّ وصلت إلى مرحلة «مثالية» في شكل جسدها.

ومع الوقت ازداد إعجاب هيمينجز بجسد الفتاة وطمحت أن تكون مثله، فقرأت خوارزميات تيك توك هذا الاهتمام لهيمينجز وبدأ التطبيق في إغراقها بمقاطع عن الصحَّة الجسدية ووجبات الطعام وحساب

السعرات الحرارية وتمارين التخسيس والوزن المثالي نحو ذلك. وشيئًا فشيئًا أصبح الموضوع هوسًا لدى هيمينجز، وشعرت أنها لم تكن تستطيع أكل أي شيء لا تعرف سعراته الحرارية، وظلت تحسب كل ذرّة طعام بشكل مَرَضي، حتّى اعترفت بعد أربعة أشهر أنها تعاني اضطرابًا في الأكل.

حالة هيمينجز ليست الوحيدة، أذكر أن هناك فتاة صغيرة لا تتجاوز 14 عامًا كلّمني والدها واشتكى لي من ابنته أنها تعاني مشكلةً في الإلحاد والإيمان ونحو ذلك. فلما اتفقت مع والد الفتاة أن يجمعني مع ابنته للحديث معها، نظرت إليها في النظرة الأولى وأدركت فورًا أنها تعاني اضطرابًا في الأكل إذ الفتاة يبدو عليها الوهن الشديد والإعياء الواضح من قلّة الغذاء.

فلما تجاذبنا أطراف الحديث وبدأت أطرح عليها الأسئلة لأفهم ما هي حالتها أدركت أنها مهووسة بفريق BTS الجنوب كوري وتطمح أن يصبح جسدها كأجسادهم النحيلة «المثالية»، فأصبحت تحسب -وأنا هنا لا أمزح- كم حبّة أرز تأكل على الغداء، وكم حبّة فاصولياء تتناولها، وكم جرام خبز تفطر به. وبالطبع كان تيك توك سببًا رئيسيًّا في ذلك، إذ إنه التطبيق التي كانت تستند إليه في ترشيح الوجبات والحمية المفترض عليها اتباعها حتّى تصبح مثل فريق BTS.

هذه الدوّامة من الترشيحات التي يرشّحها تيك توك لبعض مستخدميه تنتهي بهم إلى دوّامة من الاضطرابات النفسية بسبب قلّة وعي المستخدمين وبسبب انتشار المحتوى المضلّل والخاطئ، وهذه الاضطرابات قد تنتهي بالشخص إلى الانتحار.

وقد أجرى مركز مكافحة الكراهية الرقمية CCDH تجربة مؤسفة فقد قام الباحثون بإنشاء حسابات على تيك توك على أنهم مستخدمون يبلغون من العمر 13 عامًا مهتمُّون بمحتوى حول صورة الجسم والصحَّة النفسية، وكانت المفاجأة أنه في غضون 2.6 دقيقة بعد الانضمام إلى التطبيق، أوصت خوارزميات تيك توك بمحتوى ضارٍّ يشجِّع على الانتحار، كما أظهرت الخوارزميات محتوى يشجِّع على اضطراب الأكل في غضون 8 دقائق من تصفُّح المستخدم[1].

وعلَّق مدير المركز، عمران أحمد، قائلًا: «تتعرَّف خوارزميات تيك توك على نقاط الضعف للطفل، وبدلًا من رؤيتها على أنها شيء يجب أن تكون حذرة حوله، فإنها تراها كنقطة إدمان محتملة -للمساعدة في زيادة الوقت على المنصَّة لهذا الطفل من خلال تقديم محتوى قد يثير بعض المخاوف الموجودة مسبقًا».

في هذا السياق، أجرت صحيفة وول ستريت جورنال تحقيقًا صادمًا في سبتمبر 2021، حيث قامت الصحيفة بإنشاء حسابات مزيَّفة لأطفال بعمر 13 إلى 15 عامًا، وعبر تفاعل عشوائي مع محتوًى ضارٍّ يظهر بالمصادفة في الصفحة الرئيسية لحسابات هؤلاء الأطفال أظهر التطبيق لواحد من هذه الحسابات لطفل عمره 13 عامًا ما لا يقلُّ عن 569 مقطع فيديو حول تعاطي المخدِّرات، وإشارات إلى إدمان الكوكايين والميثامفيتامين، ومقاطع فيديو ترويجيَّة للمبيعات عبر الإنترنت لمنتجات المخدِّرات وأدواتها.

---

(1) TikTok bombards teens with self-harm and eating disorder content within minutes of joining the platform. CCDH.

كما عرض تيك توك على مستخدمي المجلّة المراهقين أكثر من 100 مقطع فيديو من حسابات توصي بمواقع إباحية مدفوعة الأجر ومتاجر جنسية، بالإضافة إلى آخرين يشجّعون اضطرابات الأكل ويمجّدون الكحول[1].

وكمثال آخر، أصدرت منظمة العفو الدولية تقريرًا من 86 صفحة بعنوان (مُقاد نحو الظلام: كيف يشجّع تيك توك على أذى الذات وأفكار الانتحار) ذكرت فيه حالة مؤسفة لكنها متكرّرة: فمن الطبيعي أن يمُر على أي شاب أو فتاة لحظات فتور وحزن، حينها سيستهوي مقاطع الحزن والكآبة والسوداوية على تيك توك أو غيره من المنصّات، وسيجد أنها توافق حالته المزاجية في ذلك الوقت العصيب.

لكن غير الطبيعي أنه مع تيك توك، عندما يمرُّ الإنسان بحالة مزاجية حزينة، فإن تيك توك يقرأ هذه الحالة المزاجية ويبدأ في ترشيح محتوًى ملائمٍ لها كي يقوّيها ويعزّزها عند الشخص من أجل الحفاظ على وجوده على التطبيق. وتنقل منظمة العفو الدولية حكاية لإحدى الفتيات تقول فيها: «أعتقد أن 80٪ من المحتوى الذي صار يظهر لي على تيك توك كان يتعلّق بالصحّة العقلية. إنها مثل دوّامة. كحفرة الأرنب لأنها تبدأ بفيديو واحد فقط تشاهده في وقت إحباطك. فإذا كان هذا الفيديو -الحزين- قادرًا على جذب انتباهك، حتّى لو لم يعجبك، فإن تيك توك يرشّح لك أمثاله، وستجد نفسك تشاهد عددًا لا نهائيًا من ذلك المحتوى المؤذي».

---

(1) Rob Barry et al, How TikTok Serves Up Sex and Drug Videos to Minors. The Wall Street Journal.

وذكر التقرير أن هذه الفيديوهات الحزينة تشجِّع بشكل صريح على الانتحار وأذى الذات، فمن ضمن الفيديوهات التي ظهرت لهذه الفتاة كان مقطعًا ذُكِرَ فيه: «هل سبق لك أن نظرت إلى زجاجة من الحبوب وفكَّرت في تناول جرعة زائدة؟ هل سبق لك أن أردت فقط لكل شيء أن ينتهي؟ هل فكَّرت يومًا في الراحة التي ستحصل عليها؟ في كل الألم الذي سيزول؟».

ويشير التقرير إلى أن الشخص الذي يدخل على تيك توك بحالة نفسية سيئة بعض الشيء ربما ينتهي به الأمر إلى توصيف نفسه باكتئابٍ حادٍّ والسلوك الانتحاري[1].

## «تزوير» الاضطراب النفسي

قد يقول أحدهم إن الاضطرابات النفسية والمخدِّرات والجنس هذه شرور من البداهة أن يبتعد الإنسان عنها، بل إن القارئ لعلَّه بعدما يقرأ هذه الأسطر ينفر من مجرَّد فتح أي مقطع يحتوي على معلومات نفسية أو صحيَّة على تيك توك.

لكن الحقيقة أن تيك توك ينتشر فيه تصوير الاضطرابات النفسية كأمر جذَّاب ومثير ويستحقُّ التجربة أو المشاهدة، فكثير من التيكتوكرز يضيفون لمسة رومانسية أو شاعرية على المعاناة، وبعضهم يحبُّ تعريف نفسه كمريض نفسي ويصوِّر نفسه في مواقف حياتية بل وفي بثوث مباشرة من أجل حصد المشاهدات أو جني الأموال أو كلاهما.

---

(1) Amnesty International, Driven Into the Darkness: How TikTok's 'For You' Feed Encourages Self-Harm and Suicidal Ideation. 2023.

ومع إضافة المؤثِّرات والخلفية السوداء والتصوير البطيء، تتشكَّل توليفة «عميقة» و«ساحرة» للاضطرابات النفسية ينتج عنها نزعة لدى كثير من الشباب والفتيات في عالم تيك توك إلى تعريف أنفسهم كمضطربين نفسيين بل وإلى ادِّعاء واختراع الاضطراب النفسي من أجل جلب التعاطف وحشد المشاهدات.

وهنا أذكر كلمة قالها لي أحد أصدقائي: زماننا هذا هو أول زمان في تاريخ الإنسان يُمجَّد فيه المرض ويُعتَبَر هُويَّة يعرِّف بها الإنسان نفسه.

يؤكِّد هذا الأمر الأمريكي رونان كوسجروف، 16 عامًا، حيث يقول إنه كان على تيك توك منذ أن كان 14 عامًا، ويقول إنه من بين أقرانه فقد أصبح من المألوف تشخيص الشخص لنفسه بأنه مصاب اضطراب نفسي ما، مضيفًا أنه بالنسبة إليهم يعتبر ذلك سمة شخصية وليس شيئًا تريد شفاءه[1].

ومن أشهر الأمثلة على ذلك هو تزييف متلازمة توريت Tourette syndrome، حيث تظهر هذه المتلازمة حركات عصبية لا إرادية، تشمل أصواتًا أو تشنُّجات أو غير ذلك. بالطبع، تكون هذه الحركات غريبة ومفاجئة ولا يمكن توقُّعها أو التحكُّم فيها، لذا فهي من أشدِّ المتلازمات على تيك توك انتشارًا: لأنها «محتوى» وعامل للشهرة على المنصَّة.

ولفهم أثر تيك توك في تعاظم الأمراض، فإليك هذه الإحصائية: قبل تيك توك، كان الأطبَّاء في جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس

---

(1) Christina Caron, Teens Turn to TikTok in Search of a Mental Health Diagnosis. The New York Times.

يشخِّصون سنويًا حالة أو حالتين مرتبطتين بوسائل التواصل الاجتماعي. وقد تضخَّم هذا العدد إلى 10-15 في الشهر. كما ارتفعت أعداد مراكز توريت بجامعة جونز هوبكنز من 2-3% من المرضى الأطفال قبل تيك توك، إلى 10-[1]20%.

لماذا قد يزوِّر أحدهم إصابته باضطراب نفسي؟ الجواب ببساطة الشهرة.. فأحد أنواع جذب الانتباه على تيك توك هو أن تعرِّف نفسك كمضطرب نفسيًا. أذكر مرّة شاهدت مقطعًا تصوِّر فيه إحدى الفتيات نفسها وهي على السرير تصرخ وتهزّ جسمها بعنف وتفعل بعض الحركات الشبيهة بلطم نفسها والدحرجة وشقّ جيوبها، وهي تدّعي أن هذه نوبة غضب جرّاء هجر حبيبها لها.

نال المقطع سخرية واسعة، فالصورة تبدو مصطنعة جدًا وكان من الواضح أن الفتاة تتكلَّف إظهار مشاعر الغضب من أجل نيل بعض الشهرة. لكن هكذا هو الأمر عند كثير من «صُنَّاع المحتوى» على تيك توك: تصنُّع الاضطرابات يجذب المشاهدات.

ومن الحالات شديدة الغرابة على ذلك هو حالة الفتاة الأسترالية بيل جيبسون، التي ادَّعت أنها أصيبت بالسرطان، وتعافت منه بفضل «الطب البديل» وآليات أخرى «غير تقليدية»، نالت الفتاة شهرة فائقة ولُقِّبَت بـ «ملكة الصحّة الغذائية في أستراليا»، وأصدرت كتابًا يوثِّق نصائحها في مجال الصحّة الغذائية، بالإضافة إلى تطبيق أندرويد وآبل لِمَن يريد «شراء» نصائحها الغذائية، ثمَّ اكتشفت وسائل الإعلام أنها لم

(1) Tik Tok Tics: What You Need to Know. IvanHoe

تُصَب بمرض السرطان أساسًا، وأن كل ذلك كان من أجل جذب الانتباه فحسب[1].

في هذا السياق تقول أندريا جيدينغهاغن، أستاذة الطبِّ النفسي بجامعة واشنطن، أن ما يعرف بـ «متلازمة مونخهاوزن Munchausen» هي ادّعاء الشخص بأنه مصاب باضطراب معيَّن في سبيل جلب التعاطف وجذب الانتباه. وقد نُشِرَت دراسة على التيكتوكرز الذي يعرفون أنفسهم بأنهم مصابون باضطرابات نفسية، ووجدت أن 64% من هؤلاء التيكتورز كانوا يبيعون منتجات أو يعرضون ظهورهم الإعلامي مقابل دفع أجر معيَّن، ممَّا يشير إلى أن البعض قد يسعون إلى الحصول على فائدة شخصية من اضطرابهم[2].

## إذا كنت قبيحًا فاخرج من تيك توك

هنا نأتي إلى آخر نقطة في هذا الفصل، وهي أثر الصورة السائدة في تيك توك على تصوُّر الإنسان لنفسه. كُتبت العديد من المقالات والكتب حول تأثير الصورة وعصر الصورة وأثر الصورة بشكل عام لكن تيك توك يأخذ هذا المنحنى إلى مستوى آخر تمامًا.

وفي تجربة بسيطة عام 2022، قام مستخدم إكس (تويتر سابقًا) Salemtovar1 بالدخول على تيك توك لمدَّة 15 دقيقة لتسجيل كل

1) Lisa Mulcahy, Dying for Attention: Faking Illness Becomes an Online Epidemic, WebMD.

2) Tyler Dawson, Your kid suddenly has Tourette's? 'TikTok tics' may be to blame, National Post.

مقطع يشجِّع على صورة مثالية للجمال قد يشعر المشاهد بعدها بعدم الرضا عن نفسه وشكله، وقد وجد الكثير والكثير من المحتوى الذي يشجِّع على السخط والحزن بحدِّ قوله.

وفي مارس 2023 نشأ جدل كبير حول فلتر تيك توك الجديد حينذاك المسمَّى «Bold Glamour»، حيث يقوم هذا الفلتر في أقلَّ من ثانية بتغيير وجهك إلى وجه هوليودي مثير بشكل مدهش، والمشكلة أنه غير قابل للكشف في الفيديو إطلاقًا، لذا تقول إحدى الفتيات عنه: «كان هذا الفلتر سيدمِّرني عاطفيًا إذا كنت أصغر من الآن ببضع سنوات فقط، قلبي ينفطر للفتيات الأصغر سنًا في هذا التطبيق الذي يعتقد أن الجميع يبدو هكذا بشكل طبيعي».

وقد نشرت دراسة مشتركة بين عدد من الباحثين بحثت تأثير هذه الفلاتر على الصحَّة النفسية للشباب والفتيات، فكانت النتيجة أن تأثيرها النفسي يختلف اعتمادًا على مستوى تقدير الذات للشخص، لكن الخطير أن حتَّى المستخدمين الذين كانوا راضين بشكلٍ عامٍّ عن مظهرهم شعروا بأنهم أقل يقينًا بشأن مظهرهم الطبيعي بعد استخدام الفلتر[1].

لم تكن هذه المرَّة الأولى التي تثير فيها فلاتر تيك توك جدلًا على الإنترنت، فمن قبلها أثار فلتر «Glow Look» جدلًا لأنه يغيِّر الوجه إلى وجه جميل بالمعايير الأوروبية الحديثة حصرًا، كما ثار جدل آخر حول فلتر «Teenage Look» الذي يغيِّر وجه الشخص -مهما كان

---

(1) Lauren Fichten , 'This Is a Problem': A New Hyper-Realistic TikTok Beauty Filter Is Freaking People Out. VICE.

عُمره ومهما ظهرت آثار عمره على تقاسيم وجهه- إلى وجه شبابي لطيف وبرّاق، وبالطبع في كل جدل يستصحب بعض المختصّين آراءهم بأن هذه الفلاتر تثير القلق واضطراب التشوُّه الجسمي Body Dysmorphic Disorder الذي يشعر فيه الشخص المصاب بقلق مفرط تجاه شكل جسمه.

ولكن في عام 2020 سُرِّبَت وثيقة من تيك توك كشفت أمرًا عجيبًا.

فحينها، نشرت صحيفة The Intercept وثائق مسرَّبة استطاعت الحصول عليها من داخل شركة ByteDance صاحبة تيك توك. أظهرت الوثائق تعليمات للمشرفين بتقليص وقمع المحتوى الذي يظهر فيه أصحابه قبيحي الشكل أو فقراء أو معاقين جسديًا. والسبب في ذلك أن تيك توك رأى أن المستخدمين الجدد للتطبيق إذا رأوا محتوى لأناس غير جذّابين أو فقراء أو غير مرغوب فيهم فإن ذلك قد يؤدّي إلى ترك هؤلاء المستخدمين الجدد للمنصّة.

بموجب هذه الوثائق، فإن أصحاب المحتوى الذين يعانون «عيوبًا» في أجسامهم مثل: «شكل للجسم غير الطبيعي»، «مظهر الوجه القبيح»، «التقزُّم»، «السمين»، «صاحب الإعاقة الجسدية»، «بطن الكحول»، «الكثير من التجاعيد»، «اضطرابات العين»، والعديد من السمات «منخفضة الجودة في الشكل» الأخرى، كلها يجب على مديري المنصّة تقليص الوصول إلى محتواهم.

وأضافت الوثائق المسرَّبة أنه حتّى مقاطع الفيديو التي «تكون فيها بيئة التصوير رثّة ومتهالكة»، بما في ذلك على سبيل المثال لا الحصر

الأحياء الفقيرة والحقول الريفية والمساكن المتداعية التي تظهر صدعً
على الحائط أو زخارف قديمة وسيئة السمعة، فإن مديري المنصّة
عليهم أن يقلصوا الوصول إلى أصحابها.

أمّا عن مبررات استبعاد هذه الأشكال «المعيوبة»، فتقول إحدى
الوثائق إنه «إذا لم يكن مظهر الشخصية جيدًا فسيكون الفيديو أقل
جاذبية بكثير، ولن يستحقّ أن يشاركه المستخدمون الجدد». باختصار
يعمل تيك توك على تشجيع نمط معيَّن من الجمال، حتّى يطمح الجميع
ليكون مثله.

وفي هذا السياق نرى تحدِّيات مستمرّة ترتكز على الشكل «الجميل»
كان من أخطرها مثلًا تحدّي ورقة الخصر، حيث يظهر الأفراد أن
خصرهم أقل من عرض قطعة ورق A4 عمودية. تبع ذلك تحدّي
«سمّاعة الرأس»، حيث حكم الأفراد على حجم خصرهم بناء على عدد
المرّات التي تمكّنوا فيها من لفّ أسلاك سمّاعات الرأس حول خصورهم
بنجاح.

هذا بجانب تحدّيات أخرى مثل تحدّي عظم الترقوة الذي يقيس
كم عدد عملات معدنية يمكنك وضعها بين رقبتك وكتفك كدليل على
نحافتك، وتحدّي السُّرّة (زر البطن) الذي يقوم على التفاف اليد من
وراء الظهر ثمّ لمس البطن، كدليل على النحافة أيضًا، وغير ذلك من
التحدّيات التي تقوم على معايير قاسية للجمال.

لذلك ليس من العجيب أن نجد دراسات كثيرة، منها مثلًا دراسة
نشرها باحثان بجامعة تينيسي الأمريكية، تقول إن استخدام تيك توك

مرتبط بازدياد عدم الرضا عن صورة الذات، وبالمقارنة المستمرَّة مع صور الآخرين[1]. أي أن كلما زاد استخدام تيك توك، كان الاستياء وعدم الرضا عن الجسم والشكل أكبر.

وأختم هنا بما سطَّرته الباحثة ليلى العصيلي في كتابها عولمة الجمال، حيث تقول إن الاتجاه نحو توحيد معايير الجمال لتتوافق مع الذوق الغربي له نتيجة مباشرة على صورة الإنسان لذاته، «فتدنِّي صورة الذات يكاد يكون أشدَّ الأضرار النفسية الناجمة عن عولمة نموذج مثالي للجمال يصعب الوصول إليه دون إنفاق أموال طائلة وأوقات عظيمة في العناية المبالغ فيها، فضلًا عن تقنيات تعديل الصور وخدع التصوير نفسها.. وهذا ما يجعل الإنسان يزدري نعمة الله عليه، ويتدنَّى عنده مستوى الاهتمامات والطموحات ويصبُّ جلُّ اهتمامه على المظهر والسطحيات، وتتأثر حتَّى اختياراته في الحياة والزواج»[2].

والآن، بعدما نقلنا إليك، أيها القارئ وأيتها القارئة، الوثائق المسرَّبة التي سرَّبتها The Intercept والتي تكشف تحكُّم منصَّة تيك توك في معايير جمالية معينة، إلا أن هناك جزءًا آخر من الوثائق المسرَّبة لم أتحدَّث عنه بعد، وهي الوثائق التي تكشف قمع تيك توك لمحتوى سياسي معيَّن ولأفكار سياسية بعينها، لكن هذه قصَّة تحتاج إلى مقدِّمة

(1) Danielle Bissonette Mink, Dawn M. Szymanski, TikTok use and body dissatisfaction: Examining direct, indirect, and moderated relations, Body Image, Volume 43, 2022, Pages 205-216.

(2) ليلى العصيلي، عولمة الجمال. (المملكة العربية السعودية: مركز دلائل، 2019).

لفهم دور الصين وموقعها من الصراع الحالي على التقنية والبيانات في العالم، ومنافستها لعمالقة التقنية في سيليكون فالي الأمريكية، ولذلك سنفرد للصين ورؤيتها لتيك توك فصلًا كاملًا، وهو الفصل القادم والأخير بمشيئة الله.





# الفصل السادس:

# الصين تعلنها: الذكاء لنا والغباء للعالم



في عام 2020 كان تيك توك قاب قوسين أو أدنى من الحظر الكامل في الولايات المتحدة الأمريكية، وأعلن الرئيس الأمريكي الأسبق دونالد ترامب الحرب عليه باعتباره «أداة تجسس صينية»، وفي مارس 2023 استُجوِبَ مدير تيك توك في الولايات المتحدة أمام الكونجرس الأمريكي في جلسة مطوّلة دامت أكثر من خمس ساعات وتمحورت حول انتهاكات الخصوصية وحصد البيانات بشكل غير قانوني بالإضافة إلى تأثيراته النفسية والعقلية السلبية.

ومع أحداث طوفان الأقصى في 7 أكتوبر 2023، بدأت الدعوات تتصاعد مرّة أخرى داخل الأراضي الأمريكية بوجوب حظر التطبيق حيث إنه يساعد في ترويج الرواية الفلسطينية بين الشباب الصغار، وفي مقابلة تليفزيونية في نوفمبر 2023 زعم رئيس الكيان الصهيوني إسحق هرتسوغ أن تيك توك «يغسل دماغ» مستخدميه.

وعلى صعيد آخر، في ديسمبر 2022، أعلنت تايوان أنها حظرت تيك توك على أجهزة العاملين في الدولة «لأنه يمثّل تهديدًا على الأمن القومي»، وفي نوفمبر 2023 حظرت دولة نيبال تطبيق تيك توك داخل أراضيها بسبب محتواه غير الأخلاقي وتهديده للتناغم الاجتماعي.

وبعدها بشهر واحد، تحديدًا في ديسمبر 2023، استدعى البرلمان التركي ممثِّلي السياسات العامة لشركة ByteDance المالكة لتيك توك لاستجوابهم بخصوص «المحتوى غير الأخلاقي» على التطبيق، كما أوقفت وزارة الداخلية التركية 1332 منشئ محتوى على التطبيق لانتهاكهم المعايير الأخلاقية للمجتمع، وقد أدّى استجواب البرلمان إلى مراجعة التطبيق لسياسات البثّ المباشر «بما يتوافق مع حساسيات المجتمع التركي» كما صرّح ممثّل السياسة العامة لشركة ByteDance.

هناك أخبار كثيرة جدًا حول تيك توك وعلاقته بالصين أو بالأخلاق، ومن أجل تحديد المشكلة بالضبط فإننا إذا أردنا أن نتحدّث عن المشكلات الدولية لتيك توك وعلاقة الصين بها فيمكننا تقسيمها إلى ثلاث مشكلات رئيسية: مشكلة جمع البيانات، مشكلة التوجيه السياسي والتلاعب بالرأي العام، ومشكلة المحتوى غير الأخلاقي.

لنستعرض هذه المشكلات الثلاث معًا ونرى ما حقيقة دور الصين فيها؟ وهل فعلًا يمكن اعتبار تيك توك أداة تجسُّس صينية كما تزعم الدول الغربية؟ وهل تتعمّد الصين إفساد أخلاق الشعوب بالفعل عبر التطبيق أم أن هذا مجرّد أمر غير مقصود على تيك توك مثله كمثل سائر وسائل التواصل الاجتماعي؟

# حرب البيانات

*«البيانات هي النفط الجديد»*

*عالم الرياضيات البريطاني، كلاين هاملي*

في عام 2011 طلب الحقوقي النمساوي ماكس شريمز من موقع فيسبوك أن يعطيه كلّ ما يملكه من معلومات عنه، واستند طلبه إلى قوانين الاتحاد الأوروبي، وعقب منازعة مع المحاكم، أرسل فيسبوك إلى شريمز أسطوانة CD تضمُّ 1200 ملف من نوع PDF، لم تقتصر محتويات الأسطوانة على كل الأصدقاء والأخبار التي يتتبَّعها، بل ضمَّنت أيضًا كل الصور والصفحات التي نقر عليها، وكل الإعلانات التي رآها، وحرفيًا كل ثانية قضاها على التطبيق سواء تفاعل أو لم يتفاعل.

كانت هذه الحادثة سببًا في استكشاف الكمّ المرعب من البيانات التي تجمعها وسائل التواصل عنا، ولك أن تتخيَّل أن هذه الحداثة مضى عليها 14 عامًا، فما بالك باليوم مع تطوُّر التقنية وتضخُّم وسائل التواصل؟

منذ 20 عامًا لم يكن يتخيَّل أحد أن صناعة التسويق والإعلانات ستتضخَّم إلى هذا الحدّ المرعب الذي نعيشه الآن، ففي يومنا هذا لا يقتصر مفهوم التسويق على مجرَّد إعلان تجاري في وسيلة إعلامية أو مندوب مبيعات يطرق باب بيتك ليسوِّق منتج شركته، بل إنه ثمَّة صناعة كاملة حاليًا مكرَّسة فقط للحصول على معلومات حياتك الشخصية؛

تعقُّب أمكنة وجودك على مدار الساعة، واستعمال هاتفك الخلوي لتتبع المتاجر التي تتسوّق منها، وتحديد طريقتك وأذواقك وميولك في الشراء والاستهلاك.

قديمًا كنا عملاء لشركات مثل فيسبوك وجوجل، لكننا الآن أقرب من أن نكون لوقودهم المحترق، أو على الأقل فإن بياناتنا هي ما تمثّل ذلك، بعدما أصبحنا نتعامل كل أسبوع تقريبًا مع كشف جديد عن عمليات الاختراق والتسريبات واستغلال معلوماتنا، من نداءات متزايدة لضبط عمل هذه الشركات وحماية المستهلكين في أمريكا وأوروبا.

كُتبت العديد من المؤلفات حول هذه الظاهرة، وأصبح هناك مصطلح البيانات الضخمة Big Data، فبسبب البيانات الضخمة التي تجمعها الشركات عنها أصبحت هناك شركات أخرى مختصة بفلترة وتنقية هذه البيانات وفقًا لما تريده شركة ثالثة.

يناقش كتاب (تجّار الانتباه: التدافع الملحمي للوصول إلى رؤوسنا[1])، هذا الأمر باستفاضة ويشرح كيف تتنافس كبرى الشركات من أجل جمع بياناتنا والتنافس على من يحصل عليها. لقد خلق تدفُّق البيانات بنية تحتية جديدة، واستحدثت اقتصاديات جديدة، فالبيانات ثورة هائلة تكاد تفوق الثورة التي أحدثها اكتشاف النفط، لذا فهناك معارك شرسة تخوضها الشركات حول مَن يجب أن يمتلك البيانات ويستفيد منها.

(1) Tim Wu, The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads. USA: Knobf, 2016.

في هذا السياق، تكاد شركات سيليكون فالي الكبرى (فيسبوك، تويتر، أمازون، جوجل ويوتيوب، إلخ..) تحتكر عملية استخراج البيانات من المستخدمين، ولا يوجد دولة في العالم مثل أمريكا تمتلك القدرة على جمع بيانات المستخدمين كما تجمعها هذه الشركات من هواتفنا وأجهزتنا، لكن المارد الصيني استطاع مؤخّرًا أن يزاحم هذه الشركات، ومنذ أن بدأ تطبيق الصين الجديد «تيك توك» في الدخول إلى الساحة الدولية عام 2018، كان من الواضح أنه يحاول جمع البيانات من مستخدميه كما تفعل كل التطبيقات الأخرى في العالم، خصوصًا في أمريكا.

عقب إطلاق تيك توك لم يأبه أحد له، كان الظن السائد هو أنه تطبيق للتافهين وصغار السنّ لا أكثر، لكن بعد أشهر قليلة من انطلاقه بدأت الشكوك تساور الدول حول انتهاكه لخصوصية مستخدميه، وفي عام 2020 كانت الهند أول دولة في العالم تحظر التطبيق بالكامل على أراضيها. تبع ذلك سلسلة من الاستجوابات والتحقيقات التي انتهت بالحظر الكامل أو الجزئي للتطبيق أو بالعقوبات والغرامات المالية على التطبيق على مستوى العالم.

وكان من أوائل تجلّيات تلك المشكلة في أمريكا هو حكم إحدى المحاكم الأمريكية في فبراير 2019 (أي بعد إطلاق التطبيق بـ 6 أشهر فقط) بتغريم تيك توك 5.7 مليون دولار لجمعه بيانات حول الأطفال الأمريكيين بطريقة غير قانونية.

ولفهم مدى تطوُّر تيك توك في هذه المسألة، أي في مسألة جمع البيانات، فحسبك أن تعرف أن هناك مرآة بيوميترية Biometric

Mirror يحلّلها تيك تيوك وفقًا لصورة واحدة من وجهك فقط، ثمَّ يتوقَّع منها: عمرك، جنسك، عرقك، طبائع شخصيتك، تفضيلاتك، ذكاءك، جاذبيتك، وغير ذلك من الأمور. بالطبع لا تكون النتائج دقيقة 100% لكن مع مجموعة من البيانات الأخرى سيتمكَّن تيك توك من معرفة كل شيء عنك بسهولة.

منذ ذلك الحين بدأت الأصوات -الأمريكية خصوصًا- تتعالى: إن تيك توك يجمع عنا بيانات ضخمة! احذروا تيك توك فهو يعرف عنك كل شيء! ولا أعلم الحقيقة من أين يأتي هؤلاء بالجرأة على اتهام تطبيق بجمع بيانات بينما تجمع الشركات الأمريكية كل شيء عن مستخدميها! لقد أجرت صحيفة واشنطن بوست تحقيقًا في 2020 عن جمع تيك توك للبيانات، وذكرت الصحيفة أنه رغم ضخامتها إلا أنها تكاد تساوي ما تجمعه أي وسيلة تواصل اجتماعي أمريكية الأصل أخرى مثل فيسبوك وغيره. فلماذا هذه الازدواجية؟[1]

بل إن هناك مقولة معروفة لبروس شناير، صاحب كتاب (المعلومات وجالوت: المعارك الخفيَّة لتجميع بياناتك والسيطرة على عالمك) يقول فيها: «نحن نعيش في العصر الذهبي للمراقبة، إن شركة جوجل تعرف عنِّي أكثر ممَّا تعرف زوجتي عنِّي، بل أكثر ممَّا أعرف عن نفسي»[2] فلماذا لم يطالب الأمريكان بطرد جوجل خارج أمريكا؟

---

(1) Geoffrey Fowler, Is it time to delete TikTok? A guide to the rumors and the real privacy risks. The Washington Post.

(2) بروس شناير، المعلومات وجالوت: المعارك الخفيَّة لتجميع بياناتك والسيطرة على عالمك. قطر: منتدى العلاقات العربية والدولية، 2017.

قدَّم السيناتور الأمريكي اليميني الصهيوني جوش هاولي الإجابة على هذا السؤال في عرضه أمام مجلس الشيوخ الأمريكي في نوفمبر 2023، حيث مشكلات الخصوصية والبيانات لدى تيك توك. وكان أكثر كلامه يدور حول نقطة واحدة: بيانات الأمريكيين مخزنة في الصين تحت قبضة الحزب الشيوعي الحاكم في الصين. وبحسب هاولي: «مشكلة تيك توك ليست في مقاطع الفيديو، المشكلة أنه باب خلفي للحزب الشيوعي الصيني إلى الحياة الشخصية للمواطنين الأمريكيين»[1].

إذَنْ المشكلة -عند هؤلاء- ليست في جمع تيك توك للبيانات، وإنما في جمعه للبيانات لصالح الصين وليس لصالح أمريكا، لا أكثر.

وإلا، فهل أتاكم حديث إدوارد سنودن؟

## رمتني بدائها وانسلّت

في عام 2013م تعاقد الخبير التقني الأمريكي إدوارد سنودن مع وكالة الأمن القومي الأمريكي NSA للعمل معها في مجاله التقني، وفي خلال عمله جمع عشرات الآلاف من الوثائق تتضمَّن توصيفات دقيقة لأنشطة رقابية تمارسها الوكالة. لم تكن الأنشطة التجسُّسية جديدة على موظَّفي الوكالة، لكن الجديد أن سنودن قرَّر فجأة فضح الأنشطة غير القانونية للوكالة.

خاف سنودن على حياته إذا فضح الوكالة من داخل الأراضي الأمريكية، فقرَّر الفرار إلى هونج كونج، ومنها إلى روسيا، وبعدما

(1) Hawley Calls To Ban TikTok: It›s A Backdoor For The Chinese Communist Party & Haven For Antisemitism. Youtube.

حصل على لجوء سياسي هناك بدأ يسرِّب الوثائق التي بحوزته إلى صحفيين أمريكيين انتقاهم بنفسه. وحينها بدأت أولى الحقائق الموثَّقة تظهر إلى العلن عن الطريقة التي دأبت بها وكالة الأمن القومي على جمع بيانات عن سجلّات مكالمات الأمريكيين الخلوية، وغير ذلك من الأنشطة الرقابية التجسُّسية[1].

قبل سنودن، كان الجميع يعلم أن الحكومة الأمريكية تتجسّس على مواطنيها، لكن لم يكن هناك دليلٌ قويٌّ دامغ معروفٌ للناس على ذلك فجاء سنودن ليلقي بصاعقة الرحمة على الحُرِّيّات الأمريكية المزعومة.

ومن ضمن اللمحات الخطيرة التي كشفته وثائق سنودن: أن وسيلة وكالة الأمن القومي الأمريكي في جمع البيانات لم تكن عبر شركاتها الخاصّة أو مخبريها وجواسيسها، بل ببساطة حصلت الوكالة على البيانات التي توفّرها وسائل التواصل الاجتماعي، والهواتف الذكية، وشركات التسويق الإلكتروني، ومحرِّكات البحث، من أجل مراقبة المواطنين الأمريكيين بشكلٍ دائمٍ ومستمرٍّ وشامل[2].

ومعنى ذلك، كما يقول الباحث الأمريكي كريستوفر سوجويان، إن نظام المراقبة الحديث «لن يكون ممكنًا من دون مساعدة الشركات

---

(1) Glenn Greenwald, NSA collecting phone records of millions of Verizon customers daily. The Guardian.

(2) Christopher Soghoian, Why Google won't protect you from Big Brother. TedTalk.

الخاصَّة مثل فيسبوك وجوجل، نحن يتمُّ التجسُّس علينا بسبب المساعدة الطوعية لهذه الشركات في برامج المراقبة الحكومية»[1].

فإذا كان هذا هو الوضع في الدول «الديمقراطية»، فتخيَّل عزيزي القارئ كيف هو الحال في النظم الأكثر استبدادًا والأقل شفافية؟!

لقد فتحت وسائل التواصل الاجتماعي الباب أمام مراقبة الحكومات لا للمواطنين المحليين فقط وإنما صارت المراقبة إطارًا عالميًّا شاملًا. وكما يرى الفيلسوف زيجموند باومان، لم تَعُد الأنظمة الحاكمة نحتاج إلى «بناء نظم مراقبة رأسية صلبة كالشجر، فقد أصبحت المراقبة تنمو كالنباتات الزاحفة»[2].

نحن نعيش إذَنْ في عصر يستحقُّ أن يسمَّى عصر المراقبة، فقد أتاحت التقنية للشركات الخاصَّة أن تعرف كل شيء عنًّا: أحوالنا الشخصية، مزاجنا، آراءنا السياسية، علاقاتنا الإنسانية، بل ودرجة حرارة منزلنا ومعدَّل نبض قلوبنا. تستبيح الشركات هذه المعلومات لبيعها في سوق الشركات الرأسمالية من أجل استهداف الزبائن بشكل أدق، كما تستفيد منها من أجل توجيه آراء الناخبين والتلاعب بتوجهاتهم السياسية والفكرية.

وبالتأكيد، لن تكون الصين استثناءً من هذا السوق، ولن تترك حرب البيانات هذه دون خوضها بشراسة.

---

(1) Ibid.

(2) زيجمونت باومان، الرقابة السائلة.

وهنا يبقى السؤال: ما الذي ستفعله الصين بكل هذه البيانات؟ ما الفائدة التي ستعود عليها جراء جمع هذا الكمّ الضخم من البيانات؟

## هل يؤثر تيك توك على توجُّهاتنا السياسية؟

قلنا في بداية الفصل إن هناك ثلاث مشكلات لتيك توك في ارتباطه بالصين، وفي الفقرات السابقة تعرّضنا للمشكلة الأولى «جمع البيانات» لدى التطبيق، وفي الأسطر القادمة سنتعرض للمشكلة الثانية وهي مشكلة «التوجيه السياسي والتلاعب بالرأي العام»، فما حقيقة هذه المشكلة؟

في مقاله بصحيفة نيويورك تايمز، يقول الكاتب إزرا كلاي إن القوة الحقيقية لتيك توك لا تكمن في بياناتنا بحدّ ذاتها، وإنما تكمن في «ما يشاهده المستخدمون ويصنعونه من محتوى، وبالأدق بالخوارزمية المعتمة التي تحكم ما يُشاهَد وما يكون مضمرًا»[1]. المشكلة إذَنْ بالنسبة إلى بعض المحلّلين ليست في أنهم «يعرفون عنّا بعض المعلومات» وإنما في كيفية توظيفهم لهذه المعلومات من أجل توجيه أفكارنا، فكيف ذلك؟

للإجابة حول هذا السؤال يمكننا الرجوع إلى كتاب (البيانات الشخصية: عمليات الإقناع السياسي. من داخل صناعة التأثير. كيف تعمل؟) الذي أصدرته مؤسّسة Tactical Tech وتحدّثت فيه عن طرق توظيف البيانات التي تجمعها وسائل التواصل عنّا من أجل توجيهنا

(1) Ezra Klein, TikTok May Be More Dangerous Than It Looks. The New York Times.

نحو خيارات سياسية معيَّنة، وتستعرض مثلًا حالة شركة Cambridge Analytica والتي ادَّعت أنها «حدَّدت القياسات الخاصَّة بكل شخص بالغ في الولايات المتحدة»، وساعدت في انتخاب دونالد ترامب عام 2016 باستخدامها البيانات تحصَّلت عليها من تطبيق فيسبوك.

وفي بريطانيا، قام الحزبان الرئيسيان في الدولة (حزب العمال والحزب المحافظ) بشراء خدمات شركة Experian والتي تمتلك بيانات أكثر من مليار مستخدم في العالم الغربي، وتقدِّم خدمة التأثير على السلوك التصويتي من خلال المزج بين البيانات الديمغرافية والسلوكية والسيكوغرافية للمستهلكين.

وفي مثال آخر لكيفية توظيف البيانات سياسيًا، حاولت دراسة نُشِرَت في عام 2015 أن تقيِّم تأثير ترتيب نتائج البحث على الناخبين الذين لم يحسموا أمرهم من خلال اختيار ما يسمِّيه مؤلِّفو الدراسة بتأثير التلاعب بمحرِّك البحث Search Engine Manipulation Effect، واستخلص البحث أن خوارزميات البحث الخاصَّة بمحرِّك جوجل بإمكانها «أن تغيِّر بسهولة تفضيلات الناخبين المتردِّدين التصويتية بنسبة 20% أو أكثر، وتصل تلك النسبة إلى 80% لدى بعض التركيبات الديمغرافية، في ظل عدم دراية أيٍّ منهم تقريبًا بأنهم يُتَلاعَبُ بهم»[1].

---

(1) Tactical Tech, Personal Data: Political Persuasion, Inside the Influence Industry, How it Works. 2019.

إذَن عمليات التوجيه السياسي موجودة منذ سنوات، وهناك صناعة نشطة جدًّا في هذا المجال، ولذا إذا فحصنا التوجيه السياسي لتيك توك، سنجد أنه ليس استثناءً في عالم وسائل التواصل الاجتماعي.

ومن أبرز أمثلة توجيه تيك توك سياسيًّا هو ما كشفته صحيفة الجارديان في تقليل تيك توك انتشار بعض الأحداث السياسية في الصين، وعلى رأسها أحداث ميدان تيانانمن 1989، واستقلال التبت، والنزاع حول جزيرة تايوان، وجماعة فالون جونج الروحانية المحظورة، وبالطبع: القمع الحاصل للمسلمين الأيغور في تركستان الشرقية. كل هذه المواضيع لها تعارض سياسات الحزب الشيوعي الصيني الحاكم، وبالتالي ترغب السلطات في عدم انتشارها، ومن ثمَّ يلجأ تيك توك إلى تفعيل خاصية Shadow Banning أي تقليل مشاهدات هذه المواضيع على المنصَّة مع عدم حذف المقاطع نفسها، أي اعتبارها ميتة إكلينيكيًّا، بحيث تظهر لصاحب المحتوى نفسه فقط ولا تظهر لأحد غيره[1].

وبالمناسبة فمن جملة النفاق الغربي أنه ينقد ممارسة هذه الآلية Shadow Banning في تيك توك رغم أن منصَّة فيسبوك لجأت إلى الآلية نفسها في أحداث طوفان الأقصى منذ 7 أكتوبر 2023، حيث قلَّصت المنصَّة وصول أي محتوى يخصُّ القضية الفلسطينية، بينما سمحت بوصول المحتوى الداعم للكيان الصهيوني، وهو أمر بات معروفًا حتَّى أجرت العديد من الصحف تجارب عملية باستخدام كلا الهاشتاجين

---

(1) Alex Hern, Revealed: how TikTok censors videos that do not please Beijing, The Guardian.

FreePalestine وFreeIsrael ليتضح لها أن فيسبوك تحاصر وتقيّد محتوى فلسطين وتمرّر محتوى الصهاينة بشكل طبيعي.

وعلى ذكر طوفان الأقصى سنجد أنه في سياق التوظيف السياسي لتيك توك أنه فقد سمح التطبيق للمحتوى الفلسطيني بالانتشار بشدّة عليه، صحيح أن تيك توك أعلنت أنها حذفت ملايين المقاطع والحسابات «المعادية للسامية» في نوفمبر 2023، لكن هذا حدث بسبب الضغط الكبير من أوروبا وأمريكا، بينما تظل المنصّة بشكل عام تسمح بشكل كبير للمحتوى الفلسطيني بالانتشار.

وقد قام الأمريكي جيف موريس بتحليل للهاشتاجات الداعمة لفلسطين في تيك توك فوجد أنها 15 ضعف الهاشتاجات المؤيّدة للصهاينة. وسبب موقف تيك توك هو باختصار الاختلاف في الموقف السياسي بين الصين وأمريكا حول دعم الكيان الصهيوني، وتيك توك هو أحد أسلحة هذه المواقف، لا أكثر ولا أقل.

وفوق ذلك، سمحت تيك توك لترند عجيب بالانتشار، وهو تريند الخطاب الذي وجهه زعيم تنظيم القاعدة أسامة بن لادن إلى الولايات المتحدة في 2001 بعنوان «رسالة إلى أمريكا»، تخيّل أنه على تيك توك أعيدَ تداول هذه الرسالة، والتي تشرح أسباب كراهية بن لادن وعدائه للأمريكان، ولم يسمع أحد بالرسالة لكنها تمّ تداولها بعد أحداث طوفان الأقصى في 7 أكتوبر 2023، بين شباب أمريكيين صغار السن، وكانت معظم ردود الأفعال الأمريكية مصدومة من صدق الرسالة واتفقوا مع أغلب محتواها. تخيّل أن تيك توك ساهم في خلق تعاطف داخل أمريكا

نفسها مع أحد ألد أعداء أمريكا في القرن الحادي وعشرين، ألا ترى ذلك جديرًا بالاهتمام؟ وإذا لم يكن ذلك اختراقًا فما هو الاختراق؟

وكذلك في ديسمبر 2023 خرجت المرشحة الجمهورية للرئاسة الأمريكية نيكي هايلي لتقول: «نحن بحاجة ماسَّة إلى حظر تيك توك إلى الأبد، دعوني أخبركم لماذا، كل شخص يشاهد تيك توك لمدة 30 دقيقة يوميًا، يصبح أكثر معاداة للسامية وأكثر تأييدًا لحماس بنسبة 17%، نحن نعلم الآن أن 50% من الشباب بين 18 و25 عامًا، يعتقدون أن حماس لها ما يبرِّر فعلتها (في 7 أكتوبر) ضد إسرائيل، وهذه مشكلة».

وقد حدث الكلام نفسه تقريبًا حول الحرب الروسية الأوكرانية، فبينما حُوصِرَ المحتوى الداعم لروسيا على منصَّات فيسبوك وغيرها من المنصَّات الغربية، سُمِحَ لهم بنشر محتواهم ضد أوكرانيا على تيك توك، والسبب أيضًا هو الاختلاف بين الموقفين الأمريكي والصيني حول الحرب الروسية الأوكرانية. والتقارير الصحفية في ذلك واسعة ومكثفة، ومن أكثرها إثارة للاهتمام، ما نشرته صحيفة واشنطن بوست تحت عنوان: «تيك توك أنشأ كونًا موازيًا فقط من أجل روسيا» ذكرت فيه أن تيك توك حصر محتوى المنصَّة في روسيا على ما يُصنَع داخل روسيا فقط، وبالتالي منع أي بروباجندا مضادة قادمة من الغرب قد تؤثر في ولاء الشباب الروسي لحرب بوتين على أوكرانيا[1].

(1) Will Oremus, TikTok created an alternate universe just for Russia. The Washington Post.

وبدوره، عشية غزو روسيا لأوكرانيا، قام البيت الأبيض باجتماع زووم مع 30 مؤثرًا أمريكيًا على تيك توك لإعطائهم الإرشادات والمعلومات حول الحرب وموقف أمريكا منها[1].

وهنا أحيل إلى كتاب (شبه حرب: تسليح وسائل التواصل الاجتماعي)، فسيجد القارئ فيه توسعًا أكثر في هذه المسألة إذا أراد. رغم أنه كُتب قبل ظهور تيك توك، إلا أنه مفيد في فهم وسائل التواصل الاجتماعي كسلاح حقيقي يستخدم في الحروب والصراعات[2].

وهنا نقول إنه لآلاف السنين، سعى البشر إلى إخضاع أعدائهم من خلال إلحاق الألم بهم، كل ما تطلبه الأمر هو الضرب بالسيف أو سحب الزناد. ولكن مع تطوّر فهمنا لعلم النفس والتقنية وسيكولوجية الجماهير، أصبح من الأسهل إثارة مشاعر أخرى غير الخوف والإخضاع. وبحسب أستاذة العلوم السياسية هبة رؤوف عزت: «إن المراقبة فيما يمكن أن نسمّيه السجون الرأسمالية المفتوحة التي نسكنها كمستهلكين، لا تقدّم نفسها كأداة للقمع بل صارت تقترن بالمتعة والترفيه وأوقات الفراغ»[3].

لقد صار هرمون السعادة (الدوبامين) الذي تغذّيه لنا وسائل التواصل الاجتماعي أقوى سلاح ناعم على وجه الأرض تقريبًا. على هذا

---

(1) Taylor Lorenz, The White House is Briefing TikTok stars about the war in Ukraine. The Washington Post.

(2) P.W. Singer & Emerson Brooking, LikeWar: The Weaponization of Social Media. USA: Houghton Mifflin Harcourt, 2018.

(3) في مقدّمتها لكتاب زيجموند باومان، الرقابة السائلة.

النحو، أصبحت المتعة الآن سلاحًا، طريقة لشلّ عدوّك كما يفعل الألم بالضبط. وقد يكون أول سلاح «ممتع» للدمار الشامل مجرّد تطبيق صغير على هاتفك يسمّى تيك توك، أو فيسبوك.

## غباء للعالم، ذكاء للصين

والآن، بعدما أنهينا المشكلتين الأوليين (جمع البيانات والتوجيه السياسي) تبقّت لدينا المشكلة الأخيرة: مشكلة الانحدار الأخلاقي على تيك توك وتحديدًا على البثّ المباشر لتيك توك، وهنا نسأل: هل تدرك الصين هذا الانحدار الأخلاقي على تطبيقها؟ وإذا كانت الإجابة بنعم فكيف تتصرّف حياله؟

بدايةً سنشير إلى أن هناك اختلافًا بين نسخة تيك توك حول العالم ونسخة تيك توك داخل الصين، فتيك توك داخل الصين يسمّى Duoyin وله خوارزميات وفرق عمل مختلفة تمامًا عن تلك التي موجودة خارج الصين. ولكن الشركة المالكة واحدة وهي ByteDance.

إذا دخلت إلى موقع Duoyin لن تجد أمرًا غريبًا في بادئ الأمر ولن تلاحظ فرقًا ذا قيمة بينه وبين تيك توك، الواجهة نفسها والمحتوى نفسه واللوجو نفسه ونمط الألوان والتصفّح نفسيهما، الفارق فقط في اللغة الصينية وشكل الوجوه الصينية، سوى ذلك فتقريبًا نفس كل شيء، اللهم إلا بعض الاختلافات الفنية في طريقة عمل التطبيق وتسويقه وأولوياته ونحو ذلك.

لكن في عام 2021 أعلنت ByteDance أن المستخدمين الصينيين داخل الصين والذين تقلُّ أعمارهم عن 14 عامًا لن يسمح لهم تيك توك

باستخدامه إلا عبر آلية Teenage Mode أي خاصية المراهق. وفقًا إلى هذه الخاصية، فلن يتمكّن المراهق أو المراهقة من فتح التطبيق أكثر من 40 دقيقة يوميًا، كما أنه بين الساعة العاشرة ليلًا والسادسة صباحًا فإن التطبيق يغلق نفسه بنفسه ولا يفتح مرّة أخرى حتّى صباح اليوم التالي.

بالإضافة إلى ذلك، ذكرت ByteDance أن تيك توك لهؤلاء المراهقين سيقدّم محتوًى جديدًا -مثل التجارب العلمية والمتاحف والمقاطع الوطنية المعارض الفنية والمناظر الطبيعية- «لإلهام» المراهقين الأصغر سنًا.

بالطبع ينعكس ذلك على ذوق وآراء المراهقين الصينيين المستخدمين للتطبيق بالمقارنة مع نظرائهم المراهقين المستخدمين للتطبيق نفسه في خارج الصين، ولذلك حذّر الأمريكي الناشط في حقوق الأمن السيبراني تريستان هاريس على هذا الفارق المقصود قائلًا: «يبدو الأمر كما لو أنهم يدركون أن التكنولوجيا تؤثّر على نموّ الأطفال، ويجعلون نسختهم الصينية المحلية من تيك توك نسخة من السبانخ (أي ذات محتوى مفيد)، بينما يشحنون نسخة الأفيون إلى بقية العالم».

واستكمل هاريس مبيّنًا أثر هذا الفارق في توجّهات جيل بأكمله قائلًا: «هناك دراسة استقصائية لمرحلة ما قبل المراهقة أجريت في الولايات المتحدة والصين، وكانت تسأل صغار السنّ: [ما هي المهنة الأكثر طموحًا التي تريدها؟] وفي الولايات المتحدة، كانت الإجابة رقم

1 هي: إنفلونسر (مؤثّر على وسائل التواصل الاجتماعي) أمّا في الصين فكانت الإجابة رقم 1: رائد فضاء».

ويختم هاريس كلامه قائلًا: «أنت تسمح لتيك توك باللعب لبضعة أجيال في هذين المجتمعين ويمكنني أن أخبرك كيف سيبدو عالمك»[1].

قد يتبادر إلى الذهن سؤال: كيف سيعرف تيك توك عمر المستخدم؟ والجواب: إمّا عبر المرآة البيومترية التي شرحناها سابقًا والتي تمكّن تيك توك من معرفة عُمر المستخدم من خلال خوارزميات التطبيق وتعلمه الآلي، وإمّا من خلال حض أولياء الأمور على تسجيل أبنائهم بأسمائهم الحقيقية على التطبيق واشتراط حصول موافقتهم إذا كان عُمرهم أقل من المنصوص عليه في التطبيق.

وبينما يكون التعامل مع السنّ الصغيرة حازمًا في الصين، نجد تراخيًا وتغافلًا في النسخ الدولية لتيك توك، مثلًا في أمريكا، وبحسب تسريبات لصحيفة نيويورك تايمز فإن 33% من مستخدمي تيك توك في الولايات المتحدة (أي نحو 16 مليون مستخدم) يبلغون من العمر 14 عامًا أو أقل[2].

يثير هذا الأمر مخاطر على صحّة الأطفال الجسدية والنفسية، ومن أشهر الأمثلة على ذلك: حادثة الطفلة Arriani Arroyo ذات السنوات العشر، والتي ماتت نتيجة لتحدّي الإغماء Blackout Challenge والذي فقدت حياتها بسببه مثلها مثل عشرات غيرها، وقاضت عائلات

---

(1) TikTok in China versus the United States | 60 Minutes. Youtube.

(2) Raymond Zhong, A Third of TikTok's U.S. Users May Be 14 or Under, Raising Safety Questions. The New York Times.

الضحايا التطبيق في المحاكم بسبب عدم حمايته الكافية، وتتوفَّر أدلَّة كافية بأن التطبيق كان يعرف عمر الفتاة الصغير ومع ذلك سمح لها بالدخول بحرية للتطبيق رغم أنه يمنع ذلك في الصين.

ولعلَّ الأمر كما تلخِّصه صحيفة Le Figaro الفرنسية قائلة إن الاختلافات بين النسختين الصينية والدولية من منصَّة تيك توك «تثير التساؤل حول وجود نية لتحويل الأطفال إلى أغبياء عن طريق هذه القوة الناعمة»[1].

ومن الملاحظات اللافتة التي أوردتها نيويورك تايمز هي أن مصنِّعي تطبيق تيك توك نفسه يمنعون أبناءهم قسرًا من استخدام تيك توك، ربما لأنهم أدرى الناس بمخاطره.

## كيف تحمي الصين أبناءها من التكنولوجيا؟

القيود التي فرضها تيك توك على مستخدميه صغار السنّ داخل الصين لم تكن الوحيدة من نوعها بل كانت جزءًا من خطَّة أوسع للحكومة الصينية لحماية الشباب والفتيات الصغار من أضرار التكنولوجيا.

ففي عام 2019 بدأت الدولة الصينية في سَنّ تشريعات وإصدار قوانين من أجل الضغط على شركات التكنولوجيا للحد من مقدار الوقت الذي يقضيه صغار السنّ على تطبيقاتهم. كانت حزمة القوانين الجديدة تتطلَّب من مزوِّدي خدمة الإنترنت –بما في ذلك تطبيقات

---

(1) Vincent Jolly, Comment la Chine protège ses enfants et rend les nôtres débiles avec le réseau social TikTok. Le Figaro.

وسائل التواصل الاجتماعي- «إعداد وظائف حازمة داخل التطبيقات مثل إدارة الوقت وتقييد المحتوى وحدود الاستهلاك لصغار السنِّ»[1].

وفي 2023 كثَّفت الدولة الصينية من هذا الضبط القانوني، وبحسب مسوَّدة قانون جديد -لا يزال قيد المناقشة في وقت صدور هذا الكتاب- فإن الدولة الصينية تحاول منع «إدمان الإنترنت» عن طريق السماح للأطفال أقل من 8 أعوام بوقت للشاشة لا يتجاوز 40 دقيقة يوميًّا، ويزداد الحدُّ الزمني مع تقدُّم العمر، ليصل إلى ساعتين يوميًّا لمَن تتراوح أعمارهم بين 16 و18 عامًا.

كما سيتعيَّن على التطبيقات الصينية أيضًا تخصيص محتواها لمختلف الفئات العمرية. فالأطفال الذين تقلُّ أعمارهم عن 3 سنوات، على سبيل المثال، يجب أن يظهر لهم أغاني الحضانة والبرامج التي يمكن مشاهدتها مع الوالدين. أمَّا الأطفال الذين تتراوح أعمارهم بين 8 و12 عامًا فينبغي للشركات أن تُظهِر لهم مقاطع حول المهارات الحياتية والمعرفة والمعلومات العامة والأخبار المناسبة لأعمارهم و«المحتوى الترفيهي ذو التوجيه الإيجابي»[2].

تخيَّل أيها القارئ الكريم الفارق الهائل بين تطبيق تيك توك في الصين الذي تُفرض عليه كل هذه القيود في محتواه، وبين نسخته في أي دولة أخرى؟ وبعدما تطلق خيالك قليلًا لو طُبِّقت هذه القوانين

---

(1) Yan Zhuang, China Wants Children to Spend Less Time on Their Smartphones, The New York Times.

(2) Ibid.

بالفعل، فما هي طبيعة الطفل الذي سينشأ على تيك توك في أمريكا أو في دولة عربية وبين نظيره الذين ينشأ على نسخته في الصين؟

بالطبع سيظل هناك محتوى رديء وأنشطة غير قانونية على تيك توك في الصين وخارج الصين، لكننا نتحدَّث عن محاولة الدولة الصينية لحصار هذا اللون من المحتوى وتشجيع المحتوى النافع، في مقابل عدم وجود أي قيود من هذا النوع على التطبيق خارج الصين.

ودعني أزيدك من الشعر بيتًا: فهذه الجملة من القوانين المنظمة لمحتوى الأطفال على المنصَّات الإلكترونية هي جزء من محاولة الدولة الصينية الارتقاء بأخلاق أطفالها. وقد اتخذت الدولة عدَّة تدابير أخرى في سبيل تحقيق هذا الهدف.

منها، مثلًا، ما أعلنته الصين في 2022 من منع الأطفال تحت 16 عامًا من المشاركة في صناعة البث المباشر في البلاد لحماية «صحَّتهم البدنية والعقلية»، بالإضافة إلى فرض شرط على المستخدمين الذين تتراوح أعمارهم بين 16 و18 عامًا وهو الحصول على إذْنٍ من والديهم أو أولياء أمورهم قبل إجراء البثِّ المباشر.

وبموجب هذه القرارات حظرت الصين كذلك خدمات «البقشيش الرقمي Tipping» لصغار السنِّ، مثل تعبئة المبالغ النقدية وشراء الهدايا والدفع عبر الإنترنت، أو ما سمَّيناه بالدعم لصنّاع المحتوى. أي أن الأطفال ممنوعون من إجراء أي تعامل مالي في أي تطبيق داخل الصين.

وأخيرًا: قلّصت الصين الحدّ المسموح به لألعاب الفيديو وسمحت
بثلاث ساعات أسبوعيًا فقط للأطفال دون 18 عامًا، بواقع ساعة واحدة
فقط أيام الجمعة والسبت والأحد[1].

مثال آخر على محاربة الصين للتدنّي الأخلاقي هو أن ثمّة ارتفاعًا
كبيرًا في قيام المعجبين بتنظيم أنفسهم على الفضاء الإلكتروني بما
عرف بـ «الفاندوم Fandom»، وهو تجمُّع إلكتروني من أتباع ومعجبي
أحد النجوم المشهورين، الذين هُم على استعداد لتكريس الوقت والمال
لزيادة شعبية «معبودهم».

وإزاء صعود ظاهرة الهوس بالمشاهير، التي تنتشر بشدة في كل
بلدان العالم تقريبًا، قامت السلطات الصينية في عام 2021 بشنّ حملة
على هؤلاء الفاندوم / المعجبين، بهدف الحدّ ممّا سمّته السلطة «العبادة
السامّة للنجوم والمشاهير» في أعقاب العديد من فضائح المشاهير
البارزة.

على إثر ذلك، قامت السلطة بحذف مئات الآلاف من المنشورات
وإيقاف عشرات الآلاف من الحسابات التي «تتسبّب في فساد الشباب
الصغير» بحسب السلطات الرسمية.

---

(1) Yaling Jiang, China restricts minors from live streaming, citing need to improve their 'physical and mental health'. South China Morning Post.

وطبقًا لهذا لقرار الجديد، حذفت Duoyin أو تيك توك النسخ
الصينية، قائمة المشاهير الأكثر اتباعًا في التطبيق، حتّى لا يتقاتل النا
عليها ويتنافس المعجبين على مَن يملك عددًا أكثر من المتابعين[1].

وكمثال أخير، في العام 2021 نفسه، قرّرت السلطات الصينية ش
حملة خاصّة على «الرجال المخنّثين» أو ما يسمُّون بـ Sissy Men في
الصين، وهُم الذكور الذين يتشبّهون بالنساء فيضعون مساحيق تجميل
وشعورًا مستعارة، ويرققون أصواتهم ويتحرّكون بشكل أنثوي واض
ويرتدون ملابس الفتيات.

وكذلك شمل القرار الصيني حظر أصحاب محتوى الترفيه «المبال
فيه»، وهو مصطلح فضفاض يمكن للسلطات الصينية تطبيقه عل
مَن تشاء. وبالفعل، طلبت الصين سابقًا، تحديدًا في 2018، م
شركة ByteDance المالكة لتيك توك أن تغلق تطبيقًا آخر لديه
اسمه Neihan Duanzi رغم أنه كان من أكثر التطبيقات صعودًا وبل
عدد مستخدميه 30 مليونًا داخل الصين، وبدأ مستخدموه في التجمُّ
والتعرُّف على بعضهم بعضًا، لكن السلطات الصينية قالت إن التطبي
«ذو محتوى مبتذل» وأرغمت الشركة على إغلاقه[2].

---

(1) Yanni Chow, Explainer: What is the reasoning behind China's crackdown on 'toxic' fandom culture, and how are people reacting? South China Morning Post.

(2) Lily Kuo, No joke: have China's censors gone too far with ban on humour app? The Guardian.

أعلنت السلطات أنها بهذه الحملة تستهدف «وضع حدٍّ بحزم للرجال المخنّثين وغيرهم ممّن يصدّرون جماليات غير طبيعية»، مستخدما مصطلحًا عاميًا مهينًا للرجال المخنّثين –«نيانغ باو»، أو حرفيًا، «بنادق البنات»، أو بالعاميّة المصرية: «العيال الشمال».

وفي هذا السياق اتهمت السلطات الصينية بعض المؤسّسات في صناعة الترفيه بالتأثير السيئ على الشباب و«تلويث المناخ الاجتماعي بشدّة»، داعية إلى التركيز بشكل أكبر على «الثقافة الصينية التقليدية وثقافة الثورة والثقافة الاشتراكية».

وقالت إن السلطات ستضع «معيارًا صحيحًا للجمال» لتواجد مشاهير الإنترنت «المبتذلين». كما دعت وسائل الإعلام الصينية إلى نشر المزيد من القيم الإيجابية، والجمعيات التجارية في قطاعي التلفزيون والترفيه عبر الإنترنت لتوفير المزيد من التدريب والانضباط الذاتي.

وتعليقًا على هذا القرار، قال أستاذ الدراسات الجنسية الصيني بينج تشياوهوي إن مفهوم الرجال المخنّثين إذا تطوّر رجال أمّة بكاملها في اتجاهها فإنها سيحلُّ عليها الدمار. وأضاف: «انظر لماذا تدعم أمريكا «ثقافة المخنّثين» في اليابان وكوريا الجنوبية، لماذا؟ لأن اليابان وكوريا الجنوبية مستعمرتان من مستعمرات أمريكا، أو على الأقل شبه مستعمرات. أمريكا لا تريد لهما أن يعارضاها. إذا محوت الرجولة وروحها الثورية والقتالية، فإن ذلك بالتأكيد سيفيد أمريكا ماذا سيحدث للصين إذا تخنّث مواطنوها؟»[1].

---

(1) VICE News, China Has Banned "Effeminate» Men | Gen China. Youtube.

في المقابل، يمكنني أن أعدّ لك عشرات المشاهير من العرب وغير العرب ممّن يشتهرون على تيك توك وغيره من المنصات بأنهم ذكور يقلّدون النساء، ينعّمون أصواتهم ويرقّقون تعبيراتهم ويضحكون بطرق مسيئة، ناهيك بالتلميحات والصريحات الإباحية الصريحة.

فبينما تصدّر الصين هذه النماذج المخنّثة وتمرّرها إلى العالم على تيك توك، نجدها تحاربها داخل أراضيها.

هل عرفت الآن لماذا ينظر البعض إلى تيك توك باعتباره «سلاحًا» تستخدمه الصين ضد شعوب العالم؟





# خاتمة:

# نحو ترشيد لاستخدام تيك توك



عند خاتمة هذا الكتاب، الذي أرجو أنه لم يكن ثقيلًا عليك أيها القارئ العزيز، أتوقَّع أن من أهمِّ الأسئلة التي ينبغي أن أضعها بين يدي القارئ هو سؤال: هل نستخدم تيك توك أم نتخلَّى عنه؟

والحقيقة أني عندي رأي عام يخصُّ كل وسائل التواصل وعلى رأسها تيك توك وإنستاجرام، وهي: إنه ما لم يكن هناك ضرورة شديدة لدخول هذه المواقع، فليس من المفيد دخولها.

فما لم يرتبط عملك بها، وما لم يكن لديك رسالة دعوية أو قيمة أخلاقية أو موقف سياسي تريد أن تعلنه وتدافع عنه وتنشره، فإن فوائد انضمامك إلى منصات التواصل ستكون أقل بكثير من أضرارها المتوقعة.

وهذا ليس رأيي وحدي فيما يخصُّ تيك توك، فمن بين كل المقابلات التي أجريتها للإعداد لهذا الكتاب، كنت دومًا أسأل ضيفي في آخر المقابلة: إذا كان لديك صديق لا يوجد عنده تيك توك، هل سترشِّحه له؟

وصدقني أيها القارئ الكريم، في كل الإجابات التي تلقيتها، 100% منها، من الكبير والصغير والشابِّ والفتاة وصانع المحتوى والمتفرِّج، كلهم أجمعوا على إجابة واحدة: لا.

وكلما أجاب أحد صُنَّاع المحتوى بأنه لا يرشِّح التطبيق لأصدقائه أسأله: إذا كنت ترى أنه مُضِرٌ، فلماذا تصنع محتوى بلا قيمة حقيقية عليه؟ فلا أجد إجابة واضحة.

أمَّا هؤلاء الذين يمتلكون رسائل إعلامية أو قيمًا إيجابية أو معاني دينية، أو يملكون شركات ومؤسَّسات ويريدون الدعاية لها، فهذه الفئة من الناس تفهم أنه من يريد إيصال رسالته إلى الناس، أو الوصول بالعمل التجاري الخاص به إلى الناس، فعليه أن ينشئ حساب على تيك توك ويصنع محتوًى عليه، لأن تيك توك هو أكثر منصَّة يوجد الشباب صغار السنِّ عليها.

لكن في الوقت نفسه فإني أنصح هؤلاء الناس بالدخول الواعي المنضبط لصناعة المحتوى داخل التطبيق، حيث إني أرى أنه ليس كل الأعمال قابلة للاندماج في روح تيك توك، ولا كل الدعاة يصلح أن يزاحموا الناس في تيك توك.

ومثال ذلك أن أحد التيكتوكرز المصريين حدَّثني ذات يوم وطلب منِّي أن أساعده في تلخيص كُتبي على تيك توك حتَّى يقوم بعرضها بشكل مبسَّط. رحَّبت بالمساعدة وسألته عمَّا يريد تحديدًا، فأجابني أنه يريد تلخيص كل كتاب من كتبي في دقيقة واحدة.

قلت له: يا أخي هذا مستحيل، كُتُب فيها العديد من الفصول والعشرات من المراجع والمواضيع والاقتباسات والأفكار، كيف تريد أن تلخِّصه في دقيقة واحدة؟ ثمَّ اعتذرت منه عن المساعدة.

وعندما نتحدَّث عن الأفكار الكبرى والمعاني الدينية، كنت أسأل نفسي: هل يمكن إدماجها في تيك توك أم إنه سيكون ابتذال لها؟

ثمَّ رأيت نموذجًا بدأ يُعَمَّم على تيك توك وقد اقتنعت به: وهو مثلًا نموذج صحيفة واشنطن بوست. هذه الصحيفة الكبرى لا تضع مقالاتها على تيك توك ولا تنشر تحقيقاتها المطوَّلة عليه، وإنما تقوم بإنشاء محتوى خفيف من أصل المقالات التي تنشرها على موقعها، ثمَّ تقوم بالإحالة عليها لمن يريد استكمال القراءة حول الموضوع.

هذا النمط من المحتوى وجدته كثيرًا جدًا بين الشركات والدعاة والبودكاست وغير ذلك، جزء خفيف من مقال معيَّن أو مقطع صغير من فيديو طويل، ثمَّ في وصف الفيديو يوضع رابط الحلقة كاملة أو المقال أو التقرير كاملًا.

فهذا هو الرأي الذي أرتضيه، من الناحية الصناعية والإعلامية، والله أعلم.

أمَّا من جهة الحكم الشرعي لاستخدام تيك توك، فالموضوع يحتاج إلى تحرير وبحث شرعي لست أنا مَن يقوم به.

وأذكر هنا أنه في عام 2021م أعدَّ عضو لجنة الفتوى بالأزهر عبد الله الجندي بحثًا بعنوان «فتح ملك الملوك في معرفة حكم التيك توك: بحث فقهي مقارن يشتمل على فتاوي علماء ودور إفتاء»، وقد فصَّل فيه تفصيلًا لطيفًا ولم يعرض التطبيق على هيئة قالب ثابت جامد وإنما عرض بعض مميِّزاته وعيوبه وأنواع المحتوى فيه، ثمَّ عرض أقوال ثلَّة من العلماء والمشايخ الذين تتأرجح آراؤهم بين التحريم المطلق

للتطبيق بسبب شيوع الحرام فيه، والابتعاد عنه من باب أخذ الحيطة ودرء الشبهة، والقول بجوازه لمَن يستخدمه استخدامًا شرعيًا مباحًا[1].

مرّ على نشر هذا البحث ثلاث سنوات، وفي عالم يتغيّر فيه التطبيق ومحتواه وجمهوره بين عشية وضحاها، مع الأخذ في الاعتبار المصالح السياسية المترتبة عليه مثل انتشار المحتوى الفلسطيني عليه بعد طوفان الأقصى 7 أكتوبر (وفي الوقت نفسه قمع المحتوى الذي يناصر المسلمين الأويغور) أكثر من أي تطبيق آخر، وكذا التهديدات الأخلاقية له، فينبغي للمشايخ وأهل العلم والنظر البناء على البحث الآنف الذكر والخروج بفتاوى تبيّن للناس أحكام استخدام هذا التطبيق.

والله الموفق لكل خير.

تمّ بحمد الله.

---

(1) أبو هناد عبد الله السواح الجندي الأزهري، فتح ملك الملوك في معرفة حكم التيك توك: بحث فقهي مقارن يشتمل على فتاوي علماء ودور إفتاء. شبكة الألوكة: 2021م.




عصير
الكتب